

Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze

Ústav informačních studií a knihovnictví

Studia nových médií

Diplomová práce

Bc. Kateřina Šlaufová

Vizuální jazyk komiksu a design grafického uživatelského rozhraní

Visual Language of Comics and GUI Design

Praha 2011

Vedoucí práce: Mgr. Jan Brejcha

Obsah

SEZNAM ZKRATEK.....	1
ÚVOD	2
1. VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU	5
1.1 KOMIKS	5
1.1.1 Definice komiksu	5
1.1.2 Historie komiksu	7
1.1.3 Čtenář komiksu	10
1.2 VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU	12
1.2.1 Panel.....	15
1.2.2 Ikonické prvky	19
1.2.3 Bubliny.....	22
1.2.4 Text	23
1.2.5 Sdružování panelů.....	25
2. PRVKY VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU VYUŽITELNÉ PRO TVORBU GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRAŇÍ	32
2.1 GRAFICKÉ UŽIVATELSKÉ ROZHRAŇÍ	32
2.1.1 Definice GUI.....	32
2.1.2 Historie GUI.....	33
2.1.3 GUI jako kulturní rozhraní.....	35
2.1.4 Komiksové GUI	40
2.2 MOŽNOSTI VYUŽITÍ VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU PRO TVORBU GUI..	42
2.2.1 Společné prvky komiksu a GUI: Obecná rovina	42
2.2.2 Společné prvky komiksu a GUI: Sémantická rovina	45
2.2.3 Společné prvky komiksu a GUI: Vizuální rovina.....	49
3. PŘÍPADOVÁ STUDIE GUI VYCHÁZEJÍCÍ Z VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU ...	59
ZÁVĚR.....	70
LITERATURA.....	73
SEZNAM ILUSTRACÍ.....	78

SEZNAM ZKRATEK

HCI = Human Computer Interface (uživatelské rozhraní); podle Manoviche (2002b) Human-Computer Cultural Interface (kulturní rozhraní)

HTML = HyperText Markup Language

GUI = Graphical User Interface (grafické uživatelské rozhraní)

MIT = Massachusetts Institute of Technology

PARC = Palo Alto Research Center

UI = User Interface (uživatelské rozhraní)

USB = Universal Serial Bus

WWW = World Wide Web

WIMP = Window, Icon, Menu, Pointing device

ÚVOD

S nástupem digitálních technologií a jejich masivním rozvojem došlo k proměně společnosti a jejího vnímání některých skutečností. Počítač v dnešní době není pouhým výpočetním strojem, spíše je symbolickým systémem a zařízením, které používá reprezentace znaků a tvoří tak významy s dalekosáhlými dopady. Uživatelské rozhraní a jeho grafická stránka je místem setkání uživatele a přístroje. Je pomyslným mostem mezi nimi a snaží se usnadnit jejich vzájemnou komunikaci. Právě grafické prvky jsou jednou z nejlepších cest, jak tohoto cíle dosáhnout. Obrazy bývají snáze rozpoznatelné, a pokud jsou správně vytvořené, zachycují na stejném místě více informací než text, navíc nevyžadují obsáhlejší znalosti.

Grafickému uživatelskému rozhraní je kvůli jeho významu v dnešní společnosti třeba věnovat větší pozornost. Dle mého názoru je nutné hledat vztahy s dalšími médii a na základě jejich vyhodnocování nacházet nové možnosti a směry do budoucna. Práce *VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU A GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRAŇÍ* hledá tyto vztahy s komiksem. Existuje spojitost mezi jejich vyjadřovacími jazyky? Hypotézy, ze kterých jsem při psaní práce vycházela, jsou následující: Vizuelní jazyk komiksu pracuje s obdobnými vizuelními prvky jako grafické uživatelské rozhraní a GUI z jazyka komiksu vychází. Komiksové prvky používá dle mého názoru více, než by se mohlo na první pohled zdát, a proto je důležité se jejich vzájemné provázanosti věnovat podrobněji.

Komiksy, stejně jako programy, představují statické znázornění dynamických forem. Komiksový jazyk je dobrým příkladem vyjádření příběhu i jednotlivých událostí. Statickým obrazům dodává přímý pocit pohybu, akce a zvuku. Má tak výrazný potenciál zvýšit expresivitu a flexibilitu, neboť jeho sémantika může být použita v nejrůznějších případech. Výrazným kladem je také všeobecná rozpoznatelnost vizuelního jazyka komiksu. Z konkrétních analýz GUI a komiksu mohou vyvstat nové možnosti pro oba vizuelní jazyky, především pak pro jazyk uživatelského rozhraní, který je poměrně nový a do značné míry své vyjadřovací prostředky stále hledá. Grafické uživatelské rozhraní by mohlo vizuelní jazyk komiksu používat častěji, čerpat z něj inspiraci a originálně rozšířit prvky, jež doteď používá.

Tématu vizuelního jazyka komiksu a GUI se doposud autoři věnovali jen velmi okrajově. Samotné téma komiksu a jeho vizuelního jazyka bylo po dlouhou dobu opomíjeno, neboť komiks byl považován za médium pokleslého žánru a jako takový nevzbuzoval zájem odborníků. V současné době je již ale k dispozici značné množství textů, které se komiksem zabývají. Velmi přínosným zdrojem se pro mou práci staly především texty Scotta McClouda,

Neila Cohna a Davida Carrieria, jenž uvažuje o komiksu v rámci přesahů do a z různých médií a byl tak značně inspirativní.

Komiksu¹ a podrobnému rozboru jeho vizuálního jazyka je věnována první kapitola. Text doplňují obrazové ukázky, které ilustrují možnosti jazyka komiksu a následně dokazují podobnosti s grafickým rozhraním. Jako jejich zdroje jsem zvolila zástupce nejrozvinutějších komiksových škol západní kultury – anglo-americké a belgicko-francouzské. Za belgicko-francouzský komiksu bylo zvoleno dílo *ASTERIX A OBELIX* autorů Reného Goscinny a Alberta Underza, konkrétně dílo *ASTERIX A SLAVNÝ ŠTÍT* z roku 1968². Jako zástupce druhé větve poslouží americký hrdinský komiks *CAPTAIN MARVEL* (Marvel Comics, 2001) a představitel tzv. noir směru ze série Sin City *PEKELNÁ JÍZDA* (Miller, 2004). Díla se od sebe výrazně liší jak po stránce obsahové, tak grafické.

Druhá kapitola popisuje GUI, jeho historii a společné prvky GUI a komiksu. Zde se také věnuji konceptu grafického uživatelského rozhraní jako kulturního rozhraní, která vychází z myšlenek Lva Manoviche. Jeho kniha *THE LANGUAGE OF NEW MEDIA* byla impulsem, který mne přivedl ke zkoumání vztahu mezi komiksem a GUI. Jeho chápání rozhraní jako vlastního kulturního jazyka, který čerpá z jazyků původnějších médií, je proto pro mou práci stěžejní. Část o GUI je zakončena stručným textem o existujících uživatelských rozhraních, která se nechala inspirovat komiksem. Následně se zabývám společnými znaky GUI a komiksu, které dělím do několika tematických skupin. Je třeba zdůraznit, že předmětem práce je grafické uživatelské rozhraní programů, se kterými se setkává běžný uživatel se základními znalostmi (programy *Microsoft Windows*, *Microsoft Word*, *Adobe*, *Firefox* apod.). U GUI v této práci jde především o jeho informační, nikoli o estetickou hodnotu. Proto nezohledňuje webové stránky, jejichž četnost stále roste a často usilují o vyvolání estetického zážitku. Z obdobného důvodu byly vyčleněny také GUI počítačových her.

Nastíněné souvislosti jsou doloženy v poslední kapitole – v případové studii, která rozebírá vybrané GUI a aplikuje na něj poznatky z vizuálního jazyka komiksu. Nahlíží na GUI z jiného pohledu, než je běžné, rozebírá jej po vzoru komiksu a poukazuje na jejich hlubší provázanost.

¹ Práce se zabývá výhradně tištěnou podobou komiksu. Webový komiks nutně vychází z požadavků grafického uživatelského rozhraní, a je tak téměř nemožné zjistit, jaké médium v tomto případě ovlivňuje které.

² V českém překladu z roku 2001.

Oproti původnímu záměru byla drobně pozměněna struktura práce. V nynější podobě je přesněji zacílena a lépe odpovídá tématu. Práce *VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU A DESIGN GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRANÍ* si neklade za cíl obsáhnout všechny rysy, které jsou pro vyjadřovací jazyk komiksu a GUI shodné. Zmínky o propojení těchto sfér existují jen velmi zřídka, proto se snažím spíše poukázat na shodné body, prvky, neusiluji o vyčerpávající výčet. Zároveň s ohledem na rozsah práce a fakt, že se tomuto tématu doposud nikdo nevěnoval systematictěji, se práce nezaměřovala na možnosti, které by GUI mohlo v budoucnu z vizuálního jazyka komiksu čerpat. Záměrem je otevřít diskusi o spojitosti těchto prvků a vytvořit kvalitní základ pro další bádání.

1. VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU

1.1 KOMIKS

1.1.1 Definice komiksu

Problém definice vizuálního jazyka komiksu a jeho přesnějšího vymezení pramení z rozdílných přístupů a vnímání komiksu jako takového. Pro potřeby této práce se pokusím nastínit především rozdílnost jednotlivých přístupů, mým záměrem však není podat všeobecný pohled na tuto problematiku. Rozdílnost jednotlivých přístupů pramení převážně z vyzdvihování jedné či více složek komiksu na úkor dalších. Definice, či řekněme teorie komiksu, se také liší v pojetí jednotlivých autorů začleněním komiksu do širšího kontextu. I přesto, že v podstatě kdokoli žijící v západní společnosti ví, co komiks je a jak vypadá, neexistuje shoda ani v nejzákladnějším chápání komiksu. Lze se proto setkat s pojetím komiksu jako média, umění i jazyka.

Po historických teoriích raných komiksů či jejich předchůdců se o definici moderního komiksu pokusil Will Eisner (1985), když jej označil za sekvenční umění³. Faktorem, který rozhodl pro začlenění mezi umělecké formy, je ten, že máme co dočinění s expresivním médiem, ve kterém převažuje vizuální složka. Je to právě vizuálně, které funguje jako nejčistší forma sekvenčního umění, protože se snaží využít kombinaci písmen a obrazů jako jazyk pracující s narací (Eisner, 1985: 132).

Z Eisnerovy definice vycházejí další autoři, kteří na ni navazují a rozšiřují ji. Podle Scotta McClouda je komiks „*záměrná juxtaponovaná sekvence kreslených a jiných obrázků, určená ke sdělování informací nebo k vyvolání estetického prožitku*“ (McCloud, 2008: 9).⁴ McCloud nevidí primární význam své definice v tom, co říká, ale naopak v tom, co zůstává zamlčeno – tedy žánr, styl, druhy témat, materiál, barevnost a další.

Proti Eisnerově definici komiksu jako umění se striktně vymezuje další autor, Neil Cohn (2007), který upřednostňuje chápání komiksu jako jazyka. I přesto, že jednotlivé komiksy mohou mít hodnotu jako umění, z definování tohoto jazyka jako umění plynou dalekosáhlejší problémy, které nejsou na první pohled jasné patrné. Stanovení komiksu jako umění podle Cohna (2007) vyvstává z chápání komiksu jako syntézy dvou tradičních forem

³ „A form of sequential art, often in the form of strip or a both, in which images and text are arranged to tell a story.“ (Eisner, 1985: XVII).

⁴ Oproti filmu je vizuálním uměním se sekvencí v čase, jednotlivé panely nejsou promítány na stejném místě, nýbrž v prostoru.

vnímání – tedy písma a obrazu. Jak ale dokazuje v díle *EARLY WRITINGS ON VISUAL LANGUAGE*, není koeexistence těchto dvou prvků pro komiks stěžejní. Existuje mnoho komiksů beze slov, komiksy s převládajícími texty či jiné nekomiksové formy, které splňují tento požadavek⁵.

Jelikož je škála nejrozumnějších komiksů velmi široká, nelze podle Cohna (2007) kategorizovat komiks na základě jeho formy. Ve svém přístupu striktně odděluje komiks od komiksového média. Komiks není již pouze zábavnou formou, ale stala se z něho sociální identita⁶ (Cohn, 2007). Komiksové médium oproti tomu považuje za něco zcela jiného. Koncepčně produkované sekvenční snímky, které následují expresivní vzory kombinací, jsou vlastně jazykem – vizuálním jazykem – na stejné úrovni jako ostatní jazyky (Cohn, 2007).

Problematikou, která plyne ze širší kategorie komiksu a jeho různorodých forem, se zabývá také Thierry Groensteen (2005). Ve svém textu *STAVBA KOMIKSU* dokonce zvažuje otázku, zda je vůbec definici komiksu možné nalézt. Dle jeho názoru lze neúspěšné pokusy o definice a jejich nedostatečnost rozdělit do dvou skupin. První má povahu esencialistického přístupu a „*snaží se uzavřít bytí komiksu do jakéhosi syntetického vzorce*“ (Groensteen, 2005: 25). To podle autora nejde z toho důvodu, že komiks, jelikož využívá mechanismů vyobrazování i textu a jejich interakce je dynamická, může nabývat rozličných forem a nelze ho proto zaškátulkovat. Další definice komiksu „*více odpovídají vlastní definici definice (...) liší se počtem a totožností typických znaků, které jsou určovány jako relevantní*“ (Groensteen, 2005: 26). Zde se nabízejí definice autorů Kunzleho, Blackbearda nebo Rouxe. Podle Davida Kunzleho (1973: 2) například musí komiks splňovat následující podmínky:

1. Prezентovat se musí jako sekvence oddělených obrázků
2. Obraz musí převládat nad textem
3. Musí být vytvořen se záměrem reprodukování a objevit se na tištěném nosiči
4. Sekvence musí vyprávět příběh současně smyšlený i aktuální

Vágnost a šírka Kunzleho (1973) pojetí nahrává rozšíření sféry komiksu i o tzv. protokomiksy, tedy díla karikatury a satiry 18. století (podrobněji kapitola 1.1.2). Prokůpek (2000) k obdobným snahám o rozšíření pole komiksu dodává: „*(...) dlouho se (...) jednalo o pouhý statický sled ilustrací, který je komiksu na hony vzdálen*“ (Prokůpek, 2000: 18). Bill Blackbeard (1974) navazuje na Kunzleho (1973) body tím, že je kompletně zavrhuje. V díle *MISLABELED BOOKS* naopak komiks definuje jako „*dramatické vyprávění nebo sérii vzájemně*

⁵ Např. reklama, nová média.

⁶ Ve smyslu, ve kterém lidé sami sebe kategorizují na základě vztahu ke komunitě komiksové kultury.

propojených krátkých příběhů o vracejících se a rozeznatelných postavách, pravidelně vydávané po epizodách s otevřeným koncem a vyprávěné ve formě po sobě jdoucích obrázků, které často obsahují dialogy uzavřené v bublinách nebo jejich ekvivalentech a většinou s minimálním narativním textem.“ (Blackbeard, 1974)⁷.

Obě definice podle Groensteena (2005) vyzdvihují to, co se jim hodí, ale opomíjejí samotnou podstatu komiksu. Pro něho je škála komiksu natolik rozsáhlá, že nelze nalézt jeho definici. Sám zdůrazňuje soudržnost mezi jednotlivými obrazy, tzv. ikonickou soudržnost. Ke komiksu přistupuje jako k systému, hledá vzájemné promyšlené vztahy, jejich rozdílnosti i podobnosti a zavrhuje dva nejrozšířenější přístupy ke komiksu či představy o něm. Prvním je zažitá představa, že by studium komiksu mělo spočívat v rozložení na základní konstitutivní jednotky (Groensteen, 2005: 13). Pro Groensteena tento rozklad na nejmenší možné části nemůže přinést zhora nic, co by bylo pro komiks skutečně specifické. Druhou zažitou tezí, kterou vyvrací, je představa, že je komiks ze své podstaty směsí textu a obrazu. Autor zdůrazňuje prvořadost obrazu a jeho naprostá převaha nad textem vede Groensteena k nazývání komiksu „*narativním druhem s vizuální dominantou*“ (Groensteen, 2005: 19). Vizuální stránka zabírá v komiksu mnohem větší prostor, než je ten vyhrazený písmu. „*Jeho převaha uvnitř systému vyplývá z toho, že se skrze něj produkuje smysl.*“ (Groensteen, 2005: 20).

1.1.2 Historie komiksu

Předchůdci komiksu

Pro mnohé autory (Saraceni, 2003; Prokůpek, 2000; McCloud, 2008) je možné hledat spojitost mezi komiksy a komunikačními systémy raných civilizací. Snaha zachytit děj obrazy či jejich sledem provází naši kulturu po několik tisíciletí. Dokládají to mimo jiné Trajánův sloup v Římě, egyptské hieroglyfy nebo Urská standarda z Mezopotámie. Vyprávění složená ze sekvencí obrázků běžně používaly i starověké kultury, nad všemi vyčnívá a s historií komiksu je často spojovaná tapisérie z Bayeux, která zachycuje normanskou invazi do Anglie roku 1066. Středověk přinesl rozvoj záliby v symbolice, která podpořila růst vlivu sekvenčního umění. Komunikačními nástroji církve, která potřebovala oslovit především negramotné vrstvy společnosti, se staly tzv. bible chudých, které visely v podobě pásu po sobě jdoucích obrazů nad dveřmi kostela.

⁷ V překladu In Groensteen, 2005: 41.

Další důležitý vývojový krok v historii komiksu přinesl rozkvět karikatury a satiry, především v Anglii 18. století. Jak uvádí Carrier (2000: 16), karikatury stejně jako komiks pracují s časem, s děním, a to v kontrastu k tehdy častému a uznávanému malířskému umění. Klasické výtvarné umění té doby pracovalo hlavně se statickými obrazy, například portréty, pro které nebylo podstatné, co obrazu předcházelo a co bude následovat. Většina karikatur oproti tomu vyžadovala představit si vývoj dění, interpretace také do značné míry závisela na znalostech a zkušenostech čtenářů a na pozadí a kontextu, které bylo obrazu a příběhu schopno dodat. Spojitost s komiksem se objevuje jak v podobě narativního charakteru obrazu, tak v požadavku kulturního povědomí a aktivní účasti čtenáře. Komiks i karikatura také zpravidla obsahují nějaké nedokonalosti a deformace, které neodpovídají neoplatonské tradici ideálu krásy, jež byla cílem ve výtvarném umění (podrobněji Carrier, 2000).

Mezi nejvýznamnější karikaturisty tohoto období patřil mimo jiné William Hogarth (1694-1764), který využíval tzv. fillaterie. Jednalo se o mluvící pásy, které přiřazovaly danou výpověď zobrazovaným osobám. Lze tak hovořit o předchůdcích dnešních řečových bublin, jež komiks převzal a hojně využívá. Další významný a vlivný karikaturista Švýcar Rodolphe Töpffer (1799-1846) vytvořil roku 1820 sadu rytin, které tvořily příběh. Díla rozdělil liniemi (zarámoval jednotlivé obrazy) a připojil první kombinaci textu a obrazu v Evropě (McCloud, 2008). Dal tím další podnět vzniku moderního komiksu i jeho teorii, neboť se jako první pokusil rozpracovat teoretický základ jeho jazyka. Komiks jako masové médium také významně ovlivnil knihtisk, jenž zpřístupnil psané slovo obyčejným lidem. Na další rozšíření měl v neposlední řadě vliv následný vývoj tisku a jeho technik a masová produkce novin.

Moderní komiks

Komiks v podobě, jak ho známe dnes, vznikl ve druhé polovině 19. století. Mnozí autoři (např. Prokůpek, 2000) připisují prvenství Spojeným státům amerických, ale jiní (např. Saraceni, 2003) uvádí, že se moderní komiks zrodil v Anglii. První komiks v podobě stripu podle Saraceniho (2003) vznikl v roce 1884 a jeho hlavním hrdinou se stal *ALLY SLOPER*. O šest let později následovaly *COMICS CUTS*, které se staly vůbec prvním pravidelně se objevujícím komiksem. Opravdového úspěchu pak komiks dosáhl v USA, kde od roku 1896

vycházel v deníku *THE NEW YORK WORLD* komiks *THE YELLOW KID* Richarda Feltona Outcaulta, který také zapříčinil zrod tzv. žluté války⁸.

V té době komiks získal své jméno, které se i přes svou nedostatečnost a přes snahy mnohých autorů zachovalo až do dnešní doby. Bylo odvozeno z původní podoby stripů, většinou tří až čtyř políček, která byla charakterizována humorností a komičností. Byly nenáročné, z počátku měly oslovit negramotné nebo děti. První komiksy daly zrod základním charakteristikám komiksu – kontinuitě, textu v bublinách, sekvenčním panelům, pravidelné publikaci a barevnosti.

THE YELLOW KID zapříčinil obrovský úspěch a následný rozvoj komiksu, jehož ústředními hrdiny byly zpočátku převážně děti (např. *THE YELLOW KID*, *LITTLE NEMO IN SLUMBERLAND*, *KIN-DER-KIDS*, *KRAZY KAT*). Změna témat nastala ve třicátých letech 20. století, kdy byly děti vystřídány superhrdiny. *ACE COMICS* s vůbec prvním převlečeným hrdinou The Phantom (1938) a *ACTION COMICS* se Supermanem odstartovaly zlatý věk komiksu. Následoval *BATMAN A ROBIN* či *STEVE CANYON* Milтона Caniffa, který se roku 1947 stal prvním komiksem přeneseným na televizní obrazovku. Třicátá léta také přinesla první komiksovou knihu *NEW FUN COMICS* (1935), jež byla sestavena z jednotlivých stripů. Následující desetiletí zaznamenalo odklon od superhrdinských témat a na popularitě získaly hlavně kriminální a hororové komiksy (*DOCTOR FREDERIC WERTHAM*, *GEORGE PUMPHREY*) a komiksy taktéž častěji zobrazovaly intelektuálnější témata. Komiks v této době zároveň rozpoutal vlnu kritiky kvůli možným škodlivým účinkům na dětské čtenáře (podrobněji Saraceni, 2003).

Zásadní změny čekaly komiks v 60. letech 20. století, kdy jej alternativní a další kulturní skupiny začaly vnímat jako seriózní médium a učinily z něj undergroundový žánr. Pojmenování komiks (ve smyslu humorného příběhu) ztratilo svůj význam a mnozí upřednostňovali používání pojmu komix (*comix*). Ten se ale stejně jako pojem grafický román (*graphic novel*), jež měl koncem 70. let nahradit komiksovou knihu, neujal.

Z komiksové avantgardy 60. a 70. let vychází dílo *MAUS* Arta Spiegelmana⁹, které výrazně hovoří pro umělecké kvality komiksu. Autor za něj roku 1992 získal Pulitzerovu cenu. Komiks se tak stal uznávaným médiem a uměleckou formou pro dospělé (Saraceni, 2003).

⁸ Jednalo se o soupeření mezi novinami *New York World* Josepha Pulitzer a *New Your Journal* Randoplha Hearsta, které vedlo k zaměření žurnalistiky na skandály, senzace a přineslo také nekalé novinářské postupy.

⁹ Vznikalo v letech 1985 až 1992.

V současné době převládají v západním světě dvě komiksové školy: anglo-americká a belgicko-francouzská. Amerika je nejrozvinutějším trhem s komiksem na světě s typickým superhrdinským žánrem. Oproti komiksu belgicko-francouzskému se liší stylem a tradicí. Druhý směr vychází především z komiksu *TINTIN* Georga Prospera Remiho, který se vyznačuje jednoduchostí, větší uvěřitelností příběhů a jehož hrdiny jsou vcelku obyčejní lidé.

1.1.3 Čtenář komiksu

Komiks jako každé médium, umění, či jazyk, do značné míry charakterizuje jeho postavení ve společnosti a kultuře. Vzájemně na sebe působí a ovlivňují se. Stěžejní pro výslednou podobu každého komiksu tak má jeho publikum, komu je určen a kdo jej jakým způsobem čte. Stejnou měrou se do jeho podoby promítají představy společnosti o jeho postavení v kultuře a hodnotách, které má přinášet.

V současné společnosti se od čtenáře očekává schopnost vizuální i slovní interpretace, neboť komiks kombinuje jazyk prózy a ilustrace (Eisner, 1985). Původně byl ale komiks určen negramotným čtenářům, a měl být snadno čitelný a srozumitelný. Od čtenáře je očekávána pouze nízká gramotnost, protože přítomnost obrazu značně ulehčuje čtení. Naopak od něj byla od počátku žádána účast, participace. Čtení obrazů vyžaduje životní zkušenost a doplnění si zvuku a akce k obrazům. Prostředky jako jsou zjednodušování, univerzálnost forem a opakování pomáhají čtenáři sledovat děj a orientovat se v něm, interpretace vyžaduje jistou míru zapojení vlastní představivosti a tedy aktivního přístupu k médiu. Eisner (1985) dokonce hovoří o sofistikovanosti čtenáře a obdobně o komiksu smýšlí také Groensteen (2005: 22 – 23): „(...) důraz na očekávanou aktivní spolupráci čtenáře. Komiks je vlastně žánr založený na zamlčování. Nejenže nehybné a mlčenlivé obrázky nemají tutéž iluzionistickou sílu obrázků filmových, ale jejich spojení, jež ani zdaleka nevytváří kontinuum napodobující skutečnost, nabízí čtenáři pouze vyprávění zpřetrhané mezerami, které vypadají téměř jako významové propasti.“

Eco (2006) pak podotýká, že komiksu se týkají konvence, standardy a kódy, což nutně předpokládá určité *koiné*¹⁰. Otázkou zůstává, s čím se tato *koiné* identifikuje a zda můžeme očekávat stejné dešifrování a porozumění u příslušníků rozdílných kultur. Značné difference samozřejmě můžeme hledat v komiksech východní a západní civilizace. Nejenže následují

¹⁰ Eco jej využívá ve smyslu obecné podoby jazyka.

směr čtení písma, ale vycházejí také z jiných kulturních zvyklostí a tradic (podrobněji McCloud, 2008).

Interpretace komiksu se v podstatě rovná sledování či prohlížení, neboť rozdíly mezi textem a obrazem jsou setřeny (Saraceni, 2003), a text je tedy nahlížen jako obraz. „*Písmo, znázorněné graficky a ve službách příběhu, funguje jako rozšíření obrazovosti. V této souvislosti dodává atmosféru, narativní most a implikuje zvuk.*”¹¹

Po vzoru tištěné knihy je komiks určen pro osobní interpretaci, vyžaduje vlastní tempo a rytmus čtení. Individuální charakter tohoto média jej do značné míry odlišuje od mnohých dalších médií, Carrier (2000) klade důraz na odlišnost komiksu od volného, lze říci také vysokého umění. Toto umění, tedy především malby a fresky, bývají zpravidla umístěny na zdi. Veřejnost se pak pohybuje okolo těchto objektů a výtvarné umění je tak, stejně jako film, médiem veřejným (Carrier, 2000).

V díle *THE AESTHETICS OF COMICS* Carrier mimo jiné uvádí ještě jeden významný rozdíl mezi vizuálním uměním a komiksem. Interpretaci vysokého umění, jak tvrdí, vždy předchází zjišťování záměrů umělce, jinak není možné dílo pochopit. Komiks oproti tomu vnímá jako sebevysvětlující (Carrier, 2000: 86), prý musí být čtenářsky dostupný masovému publiku. S tím se dá ovšem v době, kdy komiksy značně proměnily svou podobu a již dávno nejsou pouze mainstreamovou záležitostí a používají složitější struktury i témata, polemizovat.

Autor jakéhokoliv sdělení vždy usiluje o co největší kontrolu diváka či čtenáře. Čtenářovy kontroly je dosaženo ve dvou fázích, na první úrovni – pozornosti – je čtenáři předložen provokativní a atraktivní obraz. Ve druhé fázi – v zadržení, retenci – pak následuje srozumitelné a logické uspořádání obrazů, které udržuje čtenářovu pozornost. Kontrola, kterou je autor do komiksu schopen vložit, je oproti možnostem filmu jen velmi omezená. Film z tohoto pohledu manipuluje s divákem mnohem snáze. Předává divákovi jednotlivé střihy, sekvence, podle toho, kdy autor uzná za vhodné. Oproti tomu komiks je mnohem více v rukou samotného čtenáře a autor nikdy není schopen řídit jeho čtení. Větší množství panelů, někdy celý příběh, jsou zobrazovány najednou, a čtenář tak sám rozhoduje o tom, v jakém pořadí bude panely číst a jak rychle a s jakou mírou pozornosti.

¹¹ Vlastní překlad: „*Lettering, treated “graphically” and in the service of the story, functions as an extension of the imagery. In this context it provides mood, a narrative bridge, and the implication of the sound.*” (Eisner, 1985: 10).

V neposlední řadě je vhodné zmínit, že výsledná podoba komiksu je vždy alespoň částečně určována požadavky a nátlaky trhu. Jako masové médium ovlivňuje komiks komerční finálnost a systém distribuce (podrobněji Eco, 2006).

1.2 VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU

I přes notné nesrovnalosti mezi jednotlivými tvůrci komiksů a jejich teoretiky nelze popřít, že komiks využívá specifický vyjadřovací jazyk a způsob narace. Ten se skládá ze zažitých postupů, z gramatiky. Jednotlivé sémantické prvky vytvářejí gramatiku záběru, pro kterou je stěžejní kombinace textu s obrazem. Text a obraz se vzájemně doplňují a společně dávají význam díky jejich unikátnímu vztahu může čtenář snáze pochopit a sledovat děj.

Velká většina moderních komiksů obsahuje obrazy a text, i když podle McClouda (2008: 152) je toto tvrzení značně limitující, pokud se snažíme nalézt definici komiksu. V moderním světě komunikace jsou vnímány jako dvě oddělené entity, ale „*ve skutečnosti jsou deriváty stejného původu a právě v obratném využití slov a obrazů spočívá exprese média*“¹².

Písmové soustavy původních kultur jako hieroglyfy či klínové písmo byly spíše stylizovanými obrazy než písmem složeným ze znaků. Postupem času se písmové znaky stávaly stále abstraktnějšími až dosáhly své dnešní podoby. Většina moderních písem reprezentuje pouze zvuk a ztratila téměř veškerou podobnost s vizuálním světem (McCloud, 2008: 143). Obrazy mezitím usilovaly o co nejsilnější reprezentaci a specifičnost. Počátkem 19. století se podle McClouda (2008: 145) vzdálilo západní umění od písma, jak jen to bylo možné. Obraz zachycoval zpodobnění, světlo a barvu, tedy vše vizuální; písmo naopak vyjadřovalo obrazem těžko zachytitelné emoce, spiritualitu a filosofii. Tyto dva systémy, které byly v době hieroglyfů téměř totožné, se definitivně oddělily.

V komiksu se písmo a obraz znovu potkávají, i když jejich koexistence rozhodně není ničím novým. S jejich vzájemnou kombinací se setkáváme jak v historii (podrobněji kapitola 1.1.2), tak v současných médiích, jako je reklama, televize, noviny, film či nová média. Pro komiks proto není charakteristická kombinace obrazu a textu, nýbrž způsob, na němž je jejich vzájemná spolupráce založena. Jejich koexistence se v komiksu objevuje ve dvou podobách (Saraceni, 2003: 14). První z nich, anglicky *blend*, lze přeložit jako mísení. Vychází z předpokladu, že rozdíly mezi textem a obrazem jsou v komiksu částečně setřeny. Text se v tomto médiu totiž neskládá pouze z verbální entity, ale má také vizuální stránku. Zároveň

¹² Vlastní překlad: "Actually, they are derivatives of a single origin and in the skillful employment of words and images lies the expressive of the medium." (Eisner, 1985: 13).

nemá obraz přesně danou pozici na pomyslné škále ikon – symbol¹³ a může být na základě rozdílných konvencí interpretován různě. Stylizace, která se v komiksu hojně využívá, směřuje obrazový element komiksu blíže k symbolu, tedy té části škály, která tradičně patří lingvistickým elementům (Saraceni, 2003: 25). Právě v tomto překrývání obrazu a textu spočívá hlavní rys jazyku komiksu. Verbální a vizuální splývá v jeden znak, který je tak nutně jak ikonický, tak symbolický. Saraceni k tomu dodává (2003: 27): „*Pokud směs slov a obrazu tvoří slovník jazyka komiksu, pak je spolupráce mezi těmito dvěma reprezentacemi gramatikou.*“¹⁴ Druhým typem vztahu je pak interakce obrazu a slova. „*V komiksu nejsou slova a obraz pouze vzájemným zrcadlem, ale ovlivňují se mnoha různými způsoby, a oba dva přispívají vlastním podílem interpretaci textu.*“¹⁵

Jednotlivým typům vztahů, kterých může text a obraz nabývat, se ve svém díle *JAK ROZUMĚT KOMIKSU* věnuje také Scott McCloud (2008: 153-155) a klasifikuje je následovně:

1. **Slovně dominantní kombinace**, kdy obrazy ilustrují psaný text, ale nedodávají mu vlastní význam. Jejich přítomnost nic nemění na významu sdělení.
2. **Obrazově dominantní kombinace** zastupují případy, kdy slova dokreslují dění na obrazu, přidávají zvukový záznam.
3. **Kombinované panely**, ve kterých slova a obrazy poskytují v podstatě stejné sdělení.
4. U **kombinací aditivních** slova rozvíjejí či upřesňují obraz, nebo obráceně.
5. **Paralelní kombinace** jsou situacemi, ve kterých slova a obrazy zastupují zcela rozdílné směry bez společného tématu.
6. **Montáž** integruje slova do částí obrazu.
7. **Vzájemně závislé kombinace** bývají nejčastějším typem vztahu slov a obrazů. Ruku v ruce tlumočí myšlenku, která by nemohla být vyjádřena pouze jedním z nich.

¹³ Škála ikon – index – symbol vychází z členění Ch. S. Peirce (In Černý – Holeš, 2004: 26). Zjednodušeně je ikon druhem znaku, jež je s předmětem, který zastupuje, svázán skrze vnější podobnost. Index je se zastupujícím předmětem svázán zákonem kauzality, věcnou souvislostí. Na rovině symbolů je jejich vztah dán zvykem či společenskou dohodou.

¹⁴ Vlastní překlad: „*If the blend of words and Picture forms the vocabulary of the language of comics, the collaboration between the two represents is grammar.*“ (Saraceni, 2003: 27).

¹⁵ Vlastní překlad: „*A comics, that is, words and picture don't just mirror one another, but interact in many different ways, and each of the two contributes its own share for the interpretation of the text.*“ (Saraceni, 2003: 28).

Otázku specifického vztahu obrazu a textu v komiksu se snaží zodpovědět také David Carrier (2000: 70): mezi textem a obrazem nemůžeme hledat rozepře, neboť usilují o totéž, tedy o vyprávění příběhu. „*Jediný způsob, jak ospravedlnit jakoukoliv uměleckou formu, je najít její vlastní popisné významy*“¹⁶. Autor knihy *THE AESTHETICS OF COMICS* posunuje problematiku vztahu textu a obrazu v komiksu ještě dále. Jejich jednotnost přirovnává k jednotě těla a duše v Descartově filosofii a shodně s ní tvrdí, že jedno od druhého – text od obrazu – v komiksu nelze oddělit.

Pro řeč komiksu je typické, že pracuje s prvky ikonografie. Ty se skládají do „*mnohem rozlehlejší osnovy konvencí a vytvářejí opravdový symbolický repertoár, což nám umožňuje mluvit o sémantice komiksu*“ (Eco, 2006: 141). Ikonografie komiksu využívá stereotypy realizované v jiných prostředích, nejčastěji ve filmu, literatuře a výtvarném umění, ale čtenáři je předkládá pomocí žánru vlastních grafických postojů. *Stylegma*¹⁷ si v komiksu našlo nový kontext. Komiks vychází z prostředků jiných uměleckých forem a médií, ale co se přejímání jejich vyjadřovacích způsobů týče, nemusí jít nutně o parazitismus. Uvádí do běhu nové originální postupy. Například v rovině záběru je komiks dlužníkem filmu, neboť mu vděčí za své možnosti, naopak v rovině střihu jej podle Eca (2006: 147) dávno předčil.

Pro jazyk komiksu podle mnohých autorů, především Cohna (2007), platí obdobná pravidla jako pro jazyk slovní. I v tomto případě proto můžeme hovořit o sémantice komiksu, či komiksového jazyka. Mimo jiné se tak také u komiksu setkáváme s metaforami a metonymiemi (podrobněji kapitola 2.2.2).

Jazyk komiksu musí do značné míry vycházet z požadavků trhu a odráží svou původní podobu, tedy fakt, že je primárně určen pro tisk. Komiks je nutné nahlížet také z tohoto hlediska, neboť metoda přenosu má vždy stěžejní vliv na výsledek sdělení. Soudobý komiks je stále ovlivňován vertikální pozicí stránek a listováním. Limitující se do značné míry stala také statika obrazů, panelů, která ale zároveň dala vznik specifickým komiksovým principům.

¹⁶ Vlastní překlad: „*The only way of doing justice to any art form is to find its own proper descriptive terms.*“ (Carrier, 2000: 68).

¹⁷ *Stylegma* Eco (2006) vnímá jako motivy, postavy a myšlenky, které si midcult vypůjčuje z vysoké volného umění.

1.2.1 Panel

Aby mohl komiks pracovat s elementy textu a obrazu a tvořit pohyb v čase a prostoru, musí být tok příběhu, celek, rozdělen do následných segmentů. To se děje pomocí panelů¹⁸, záběrů¹⁹, neboli vinět²⁰, tedy ohraničených oken, která jsou tak základní stavební jednotkou komiksu. Panel je podle McClouda (2008: 98) nejdůležitějším ikonem komiksu, byť často přehlíženým. Nemá pevně daný nebo absolutní smysl stejně jako jazyk, věda nebo komunikace. Trvání času a dimenze prostoru jsou mnohem spíše udávány kontextem panelu než panelem samým (McCloud, 2008: 99).

Panel je prostorem, v němž je čtenářům zprostředkován výtvarný, ikonický a verbální obsah. Zachycuje zobrazení okamžiku a předkládá tuto část vyprávění jako libovolně rozsáhlou porci. Reprezentuje jeden záběr, pro nějž je oproti filmu charakteristické to, že obsahuje pouze kusy dialogu, které jsou delší než trvání záběru kamery. Panely tak přesně nekorespondují s filmovými záběry, jsou spíše výsledkem kreativního procesu než technologií (Eisner, 1985: 39).

O panelu nelze uvažovat na úrovni slova, ale pokud jazyk komiksu přirovnáme k mluvenému jazyku, musíme o něm podle Cohna (2007) uvažovat jako o celé větě. Panel obsahuje více konceptuálního obsahu než slova, můžeme o něm hovořit jako o jednotce pozornosti, tzv. *attention unit* (Cohn, 2007). Tato jednotka rámuje to, na co se má podle autora komiksu jeho čtenář soustředit. Prvky, které se uvnitř něho objevují, jsou podle Cohna dvojího druhu – entity pozitivní a negativní (2007). Pozitivní neboli aktivní elementy zachycují hlavní postavy, děj v panelu; zatímco negativní, pasivní elementy jsou informací v pozadí (Cohn, 2007). Dohromady se podílejí na tvorbě sémantického významu a jejich role se může uvnitř komiksu proměňovat.

Pro pochopení panelu, což je „určitá prostorová výseč izolovaná bílým místem, mezerou, a uzavřená rámečkem, který zajišťuje její celistvost“ (Groensteen, 2005: 41), je stěžejní jeho rámování. Panel obsahuje ikonické i symbolické znaky, ale zároveň se jeho rámeček stává znakem sám o sobě. Zarámování panelu slouží jako náповěda v orientaci v čase a prostoru. „Čas a prostor splývají v jedno“ (McCloud, 2008: 100), stejně jako čas a

¹⁸ Tento pojem v komiksové terminologii převládá, používá jej například McCloud (2008), Will Eisner (1985), Saraceni (2003). I já se přikláním k používání tohoto pojmu.

¹⁹ Např. Eco, 2006.

²⁰ „Viněta je fragmentovaný komiksový obraz uchycený v rozbujelem systému; nikdy tedy nevytváří celek výpovědi, ale může být sama chápána jako složka širšího mechanismu.“ (Groensteen, 2005: 199).

pohyb. Panely vyznačují jednotlivé časové segmenty – od historie, přes současnost, po budoucnost – a separují je do jednotlivých obrazů. Zároveň jejich náplň a zachycení jednoho segmentu příběhu je podle Eisnera (1985: 39) úzce spojeno s omezením lidského oka, jeho periferním viděním.

Rámeček má dvě polohy, z nichž první je rám jako nástroj vyprávění. V druhé poloze pak rám představuje podporu struktury, kdy se ohrazení panelu stává součástí aparátu, který navrhuje 3D (Eisner, 1985: 52). Groensteen (2005: 58) pak předkládá dokonce šest základních funkcí rámečku:

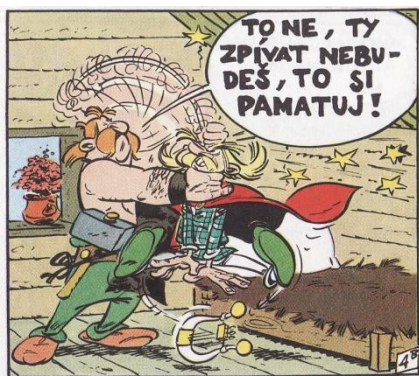
1. První funkce rámečku stanovuje ohrazení panelu, čímž mu dodává jedinečnou formu. „*Uzavřít vinětu znamená uzavřít časoprostorový fragment náležící k dierezi, dát najevo jeho koherenci*“ (Groensteen, 2005: 58). Funkce **ohrazení** činí z rámečku to, co strukturuje prostor. Zároveň se zhošťuje nelehkého úkolu vybrat, co bude zahrnuto, a co naopak zůstane skryto.
2. Jednou z podmínek četby komiksu je oddělení panelů od sebe tak, aby mohly být čteny jednotlivě. Funkce **separační**, jak ji Groensteen (2005: 61) nazývá, umožňuje čtení a pochopení komiksu vůbec. Rámeček z tohoto pohledu zastává obdobnou roli jako interpunkční znaménko v textu.
3. Čtení komiksu se nutně podřizuje rytmu, který mu ukládá sled rámečků. Tato funkce – **rytmická** – v sobě nese paradox progresu a retence. Každý přidaný panel čtení zároveň urychluje i zdržuje.
4. Rám, ať již v komiksu, malbě, či fotografii, je determinujícím prvkem kompozice daného obrazu. Komiksový rámeček nejčastěji vychází z tvaru, upřednostňovaného v dalších uměleckých disciplínách – tedy z obdélníku. Opodstatnění této volby vidí Groensteen (2005: 64) v tom, že samotný tištěný nosič, který je pro komiks primární, je obdélníkového tvaru, a tedy i hyperrámec s ním musí korespondovat. Druhá přednost obdélníku vůči jiným tvarům, jako jsou kruh, trojúhelník či hvězda, plyne z toho, že jej lze mnohem snáze řadit, sériově zapojovat do větších celků. Autor z pohledu **strukturotvorné** funkce přirovnává obdélníkový tvar panelu, stavební jednotku komiksu, k cihlám. Ve vyprávění komiksu převládá obdélníkový tvar s hranatými rohy, který značí přítomný čas a zachycuje tak většinu událostí děje.
5. Tvar rámečku představuje také funkci **expresivní**, která se týká modality obrysové čáry. Pokud dojde k její změně, autor komiksu zpravidla usiluje o přemístění

pozornosti čtenáře a k narušení výpovědní úrovně. Touto formou lze vyznačit vypjatou situaci, flashback nebo snovou sekvenci. Obláčkový, nerovnoběžný tvar panelu indikuje, že se jedná o paralelní příběh k příběhu hlavnímu.

6. V neposlední řadě pak Groensteen (2005: 66) jmenuje funkci **lekturální**, jež poukazuje na fakt, že uvnitř vytyčeného prostoru je umístěno sdělení k dešifrování. Rámeček je vždy výzvou ke zpomalení a detailnějšímu prozkoumání, a tedy i místem, kde dochází ke kulminaci kontroly autora komiksu nad čtenářem.

Cohn (2007) uvažuje o typech panelu a tedy i rámování spíše v oblasti záběru. Kvůli rozpoznatelnosti děje a vztahů mezi postavami se v jednom panelu nemůže objevovat příliš mnoho pozitivních elementů. V každé komunikaci je vyžadováno pouze určité množství informací, aby mohla být považována za úspěšnou. Aktivní a pasivní elementy spolu tvoří sémantický celek, ovšem pouze aktivní elementy jsou obsaženy v syntaxu (Cohn, 2007). Právě na základě aktivních prvků obsažených v panelu kategorizuje Cohn panelovou reprezentaci následovně:

1. **Polymorfní**: ukazuje akci tím, že zopakuje stejnou postavu v jiných pozicích v rámci stejného panelu.



Obr. 1. Ukázka polymorfního zobrazení (Gosciny – Uderzo, 2001: 8).

2. **Makro**: zaznamenává více než jednu aktivní entitu; zdá se jako by panel plně zachycoval veškerý děj.



Obr. 2. Příklad makro zobrazení (Marvel Comics, 2001: 19).

3. **Mono**: zachycuje právě jednu aktivní entitu.



Obr. 3. Ukázka zobrazení mono (Marvel Comics, 2001: 24).

4. **Mikro**: zobrazuje méně než jednu entitu.



Obr. 4. Obrázek ilustrující zobrazení mikro (Miller, 2004: 165).

5. *Amorfické*: obsahuje pouze pasivní elementy, statický děj.



Obr. 5. Vyobrazení amorfické (Miller, 2004: 285).

Panel jako médium kontroly má ale jen omezené možnosti. Panel kontroluje pohled diváka a nabízí mu úhel pohledu, kterým danou situaci nahlíží, pozice čtenáře je tak vždy předem determinovaná autorem komiksu. Zdaleka ale není definitivní, autor nikdy nemůže dosáhnout úplné kontroly adresáta, ani se jí přiblížit jako například ve filmu.

1.2.2 Ikonické prvky

Specifičnost komiksu do značné míry vychází z toho, že využívá grafické prostředky, jimiž se snaží zachytit něco, co v reálném životě grafickou podobu nemá. Jako monosenzorické médium je komiks nucen vyjádřit veškeré dění skrze vizualizaci. Snaží se zachytit emoce, dojmy, nálady a vjemy jiné než vizuální, jako je zachycení pachu, vyjádření bolesti, smyslových vjemů či pohybu. Využívá k tomu různé prostředky a jejich kombinací, například velikost a tučnost písma, barvy, tvary a další. S obdobnými snahami se setkáváme v dílech výtvarných umělců (impresionistů, futuristů a jiných), kteří ovšem zpravidla usilují o vzbuzení subjektivních emocí v konkrétním příjemci. Komiks se oproti tomu snaží vyjádřit emoce u postav, a to tak, aby byly různými čtenáři interpretovány shodně.

Při zobrazování nevizuálních podnětů proto komiks využívá zjednodušující prostředky. Pokud se pak konkrétní schematizace osvědčí, dochází k jeho univerzalizaci a daný obraz nabývá obecné platnosti. Z tohoto důvodu můžeme hovořit o ikonografii komiksu. Za ikonografické můžeme v tomto případě považovat konvencionalizované grafické prvky, které slouží k umocnění popisu konkrétní postavy a její psychiky, předmětu nebo situace. Eco (2006) do ikonografie řadí postupu vizualizace metafor, připrovňání a také promluvy postav zaznamenané pomocí bublin. McCloud (2008: 27) vnímá komiksový ikon jako „*jakékoli zobrazení, které má znázorňovat osobu, místo, věc nebo myšlenku*“.

„Některé obrazy jsou zkrátka více ikonické než jiné“ (McCloud, 2008: 27). V nepiktoriálních ikonech je význam pevně daný a absolutní. Vzhled neovlivňuje jejich význam, protože prezentují neviditelné myšlenky (různé ztvárnění čísla 5, 5, 5 apod. nemění jeho význam). Oproti tomu v obrazech jsou významy proměnlivé, variabilní. Mění se podle vzhledu v reálném životě a mají různé stupně, nabývají různých podob. Slova jsou totálně abstraktní ikony, kdežto v obrazech se úroveň abstrakce mění.

Komiks pracuje s různými reprezentacemi, vždy se ale jedná o reprezentace zjednodušené již kvůli samotné základní vlastnosti ilustrace, která neumožňuje takové změny ve výrazu a podobě jako například film. Komiks je také značně limitován prostorem. Dochází proto k silné stylizaci, postavy komiksu jsou schematictější a mají všeobecnější charakter. Komiks vychází ze specifik lidského myšlení, ze schopnosti domýšlet části v celek a z lidské představivosti. Díky zjednodušování dochází ke vzdalování se od reality, což ovšem vede ke snazší identifikaci čtenáře s postavami příběhu i zapamatování. V tomto bodě také hraje důležitou roli univerzalita, neboť čím zjednodušenější obraz, například obličej, je, tím více čtenářů se s ním může identifikovat.



Obr. 6. Zjednodušení vede k univerzalitě (McCloud, 2008: 30).

Obecnost také podle McClouda (2008) vede u příjemce k zapojení a aktivaci, při níž dává abstraktnímu ikonu konkrétní význam. Jelikož se při různých situacích nevidíme, představujeme si sebe zjednodušeně. Proto je pro nás mnohem snazší ztotožnit se se zjednodušenou komiksovou kresbou než s propracovaným obrazem.

Spolu s tím, jak postupuje zjednodušení, dochází také k přechodu od realistického k ikonickému, složitého k prostému, objektivního k subjektivnímu a konkrétního k univerzálnímu (McCloud, 2008: 46).

Stylizace, kterou komiks využívá, se nejčastěji a nejviditelněji týká znázornění obličeje. V komiksu není dostatek prostoru pro jeho detailní zobrazení, autor sahá po zažitých a osvědčených znacích, které, jak již bylo řečeno, musejí být zjednodušené a stereotypizované. Obočí a pusa, jejich směr, tvar a umístění dokážou vyjádřit nálady a pocity, které čtenář na základě předchozí zkušenosti identifikuje. Se stylizací se setkáme také mimo sféru obličeje, kde pak nabývá především podoby piktografických obrázků.

Cohn se ve svých textech (2007) zaměřuje na rozdílnost znaků a reprezentací, se kterými se v komiksu setkáváme. Jsou dvojího druhu, jedny mohou výrazně variovat, mohou být pozměňovány. Jedná se o produktivní znaky, jako jsou lidské postavy, které mají otevřené množství variací, a tak i významů. Druhý typ znaků má naopak dané zobrazení na základě konvencí, jež se samozřejmě mohou lišit v různých kulturách. Jejich významy jsou fixní a pro tyto znaky je typická jejich vázanost na jiný předmět (Cohn, 2007). Nikdy neexistují sami o sobě a variují právě jen v rámci vztahu k danému objektu. Vezměme si linii. V komiksu nese obrovský expresivní potenciál – tenké vlnité linky mohou v téměř nezměněné podobě vyjadřovat kouř, který jde od cigarety, pach, či dech, ale také značit pohyb nebo trajektorii.



Obr. 7. Linie značící pohyb, další vyjadřující pocity. (Goscinny – Uderzo, 2001: 5).

Význam těchto znaků chápeme na základě umístění v panelu a v rámci vztahu k postavě či ději. Dalším příkladem jsou symboly jako srdce, spirály, dolarové znaky, hvězdičky, ale také otazníky, vykřičníky, mraky, bublinky, žárovky atd. Využívají specifického umístění a nenabývají významu, pokud nejsou vázáni na činitele, který jim dodává význam.

K dalším stavebním prvkům ikonografie patří kromě zjednodušování a stylizace také selekce. McCloud (McCloud, 2008: 30) nahlíží na komiks jako na „*formu zdůrazňování skrze zjednodušení*“. Během abstrakce obrazu komiksovou kresbou dochází k eliminaci detailů a zároveň k zaměření se na specifické detaily a jejich zvýraznění.

Žádný z těchto komiksových postupů by ale nemohl fungovat bez opakování, na jehož bázi je čtenář schopen pochopit následnost děje a orientovat se v něm. Opakování jistých prvků a zjednodušování pak vede ke stereotypizaci, která je pro vizuální jazyk komiksu naprostou nutností. Většinou komiks pracuje s reprodukcí lidí a jejich chováním, a očekává tak vlastní zkušenosti čtenáře a jeho schopnosti vizualizovat vlastní myšlenky. Čím déle jakákoliv forma umění nebo komunikace existuje, tím více symbolů akumuluje. Moderní

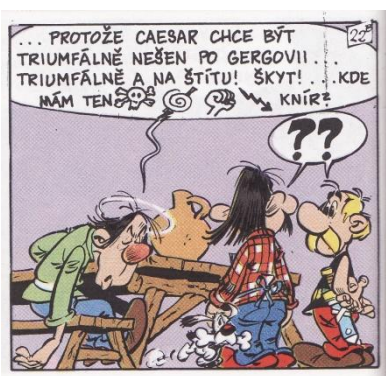
komiks za dobu své existence již obsahuje pozoruhodnou škálu rozeznatelných symbolů a jeho vizuální slovník má neuvěřitelný potenciál k dalšímu růstu.

1.2.3 Bubliny

Bublina je „zdaleka nejčastěji používaný, nejkomplexnější a nejvšestrannější z mnoha synestetických ikon komiksu“ (McCloud, 2008: 134). Eco (2006: 141) vidí právě obláček řeči či myšlenky jako základní prvek sémantiky komiksu. Podle některých autorů, například Carrier (2000: 4), je bublina dokonce tím, co definuje komiks jako „*ani čistě verbální, ani striktně vizuální formu umění, ale jako něco radikálně nového*“²¹. Definujícím elementem je bublina z toho důvodu, že vytváří jednotu textu a obrazu, což odlišuje komiks od dalších forem, třeba i od obrazu, který ilustruje text.

Will Eisner (1985) a David Carrier (2000) nabízejí zajímavou a poměrně přirozenou interpretaci bublin. První bubliny mohly vycházet přímo z vizuálního záznamu řeči – tedy z páry, která jde od úst, pokud hovoříme v zimě. Jejich tvrzení podporuje také fakt, že v italštině se pro komiks používá pojem *fumetti*, který vychází ze stejného kořene slova jako *fumo* (kouř) a *fumare* (kouřit).

Bublina zpravidla obsahuje verbální znaky. Zachycuje mluvu nebo myšlenky, podle toho také mění a uzpůsobuje svůj tvar. Snaží se zviditelnit zvuk a zároveň povahu a emoce dané promluvy. Čtenář komiksu se primárně věnuje obsahu bublin, tedy významu textu a symbolů. Obsahy bublin jsou různorodé – přes otazníky a další interpunkční znaménka, či písmové znaky, po alegorické výjevy, nebo mohou zůstat prázdné.



Obr. 8. Příklad různorodosti obsahu bublin (Gosciny - Underzo, 2001: 26).

²¹ Vlastní překlad: „as neither a purely verbal nor a strictly visual art form, but as something radically new.“ (Carrier, 2000: 4).

Důležitou roli kromě obsahu následně hrají také vizuální kvality bubliny, zda mají hladký či kostrbatý tvar, hranaté nebo zaoblené rohy. Výraznou roli při interpretaci sdělení hraje také vztah velikosti bubliny k velikosti textu. Bubliny nejsou ani pouze obrazové, ani čistě verbální. Jsou obojím a to najednou, Carrier (2000: 28) je nazývá skulinou mezi slovem a obrazem²².

Bubliny vždy směřují k subjektu, který mluví či myslí. Svými vizuálními kvalitami vystihují nálady a pocity řečníka, ale také odkrývají, zda se jedná o řeč přímou, nebo myšlenky či monology. Nejčastěji se můžeme setkat právě s přímou řečí v klasické, hladké, oválné bublině. Monology a prezentace myšlenek jsou v komiksu vyjádřeny v podstatě shodně a mohou být často zaměněny, jsou uzavřeny v obláčku, mraku. S tímto prvkem se pak setkáváme, i pokud se v příběhu komiksu objevuje myšlenkový návrat do minulosti. Pak bubliny ztrácejí podobu bublin – nemají tzv. ocásek²³, ale proměňují se v samotné panely.



Obr. 9. Změna tvaru bubliny jako označení události v minulosti (Gosciny - Underzo, 2001: 37).

Unikátnost řečových bublin a zájem teoretiků pramení ale ještě z jednoho zajímavého paradoxu bubliny. Bublina totiž spojuje dva rozdílné světy – svět vizuální a zvuku. Čtenář obsah čte (je zastoupena stránka vizuální), zatímco postavy dané sdělení říkají a poslouchají (zvuková stránka) (Carrier, 2000: 40). Bubliny jsou součástí obrazu, ale zároveň stojí jaksimimo něj. Nejsou jeho neviditelnou součástí, ale vždy schovávají vizuální složku příběhu. Cloní, brání čtenáři ve výhledu. Bublina tak nikdy není pouze neutrálním nositelem textu, je naopak dalším výrazným elementem v již tak plném vizuálním poli.

1.2.4 Text

Text je neodmyslitelnou součástí komiksu, dokonce i Groensteen, který ve svých teoriích upřednostňuje vizuální stránku (podrobněji kapitola 1.1.1) říká, že „považovat příspěvek

²² „The word/image gap“.

²³ V anglickém jazyce *Tail*.

Písmena jsou symboly, které byly odvozeny z obrazů známých forem, objektů, zvyků a dalších známých fenoménů. „*S tím, jak se jejich používání stávalo sofistikovanější, docházelo k jejich zjednodušení a abstrakci*“²⁴. Například v Číně a Japonsku se stále používají kaligrafická písmena, která kombinují sdělení s estetickými kvalitami. Ručně psané písmo si také zachovává vizuální kvality, vždy bude mít nejvíce idiosynkratický a nejexpresivnější význam pro text. Jistě není náhodou, že komiks používá právě ručně psanou podobu písma. To lépe splývá s obrazem, tvoří s ním jednotu. Podle McClouda (2008: 142) jsou dokonce text a obraz dvěma stranami téže mince.

Práce s vizuálními aspekty slov v komiksu dodává sdělením významy a je velmi signifikantní. Zvětšení písma nese informaci o hlasitém výkřiku nebo naléhavém volání, tučné písmo zpravidla vyznačuje konkrétní slova kvůli jejich důležitosti, nebo také indikuje hlasitost.



²⁴ Vlastní překlad: „(...) as their employment becomes more sophisticates, they become simplified and abstract“ (Eisner, 1985: 14).

Písmo může být roztřesené, výrazně zúžené, nebo nabývá zcela jiné podoby než ve zbylých textových částech, jeho vizuální vyobrazení zachycuje emoce a pocity. Podle svého různého ztvárnění nabývá rozdílných sdělení a vizuální úprava textu zkrátka výrazně upravuje význam sdělení a jeho výsledné působení na čtenáře.

Text je nejčastěji umístěn v řečové bublině, ale objevuje se i v jiných podobách. V některých případech totiž v komiksu může text nabývat zcela vizuální podoby i přesto, že obsahuje textové sdělení. Příkladem může být text na pohlednici, který slouží jako spojovatel příběhu, ale je obsažen jako čistě vizuální prvek. Dalším elementem zobrazujícím prvky jazyka v komiksu je titulek. Není situován uvnitř panelu, většinou bývá umístěn pod ním, popřípadě nad ním. Jeho funkce spočívá v doplnění informací k pochopení děje. Podle Saraceniho (2003: 10) se vždy jedná o samostatnou entitu.

1.2.5 Sdružování panelů

Naráční specifická komiksu vychází jednak z vizuality, která je postavena na opakujícím se používání zjednodušených stereotypních znaků, dále pak z umístění jednotlivých panelů za sebou. Významný požadavek je kladen na to, aby tato pozice panelu byla co nejtěsnější, aby naznačovala vztahy a souvislosti mezi obrazy. Díky tomuto juxtapozičnímu umístění je čtenář schopen vnímat komiks jako celek, najít v něm příběh. K pochopení komiksu jako sekvenčního umění značně napomáhá opakování. „*Vztah mezi následnými záběry dokazují existenci (...) syntaxe, lépe řečeno série zákonů střihu.*“ (Eco, 2006: 143) Jsou dynamické, ze statických obrázků vytváří plynoucí děj.

V případě komiksu vychází juxtapozice především z časové posloupnosti, i když existuje i následnost tematická. Převládající následnost, tedy ta časová, řadí panely od historie přes současnost k budoucnosti. Čas může plynout libovolně rychle, rozhodující je jeho vztah k celému příběhu.



Obr. 11. Ukázka vyobrazení záznamu času na hustotě deště (Miller, 2004: 65).

Tematická následnost oproti tomu pracuje s opakováním motivu, je méně častá, zpravidla je pomocným typem přechodu mezi panely. Tyto dvě následnosti proti sobě nestojí v opozici, nemají ostře vymezenou hranici.



Obr. 12. Ukázka tematického přechodu mezi panely (Miller, 2004: 46).

Juxtapozice jako taková výrazně odlišuje komiks od filmu. Obě sféry vycházejí z obrazu, ve filmu ale vždy sledujeme pouze jeden obraz, který je sekvencí v čase. Oproti tomu v komiksu čtenář sleduje více obrazů najednou, které v čase tvoří posloupnost. Schopnost vyhodnotit jednotlivé panely a vytvořit z nich spojitý příběh je možný díky specifickému druhu lidské percepce – schopnosti rozeznat elementy, které spadají do stejného sémantického pole.

Dále se jedná o lidskou kapacitu domýšlet nevyřčené informace. Stejně jako je lidská mysl schopna doplnit, zkompletovat obraz, který není úplný, dokáže také doplnit to nevyřčené v příběhu. Přítomnost mezery mezi panely značí existenci onoho nevyřčeného, a tedy i něčeho, co musí čtenář domyslet. Jelikož komiksy prezentují obrazy v úzce sevřeném spojení, lze jejich metody vyprávění přirovnat k těm literárním. Mezera mezi panely²⁵ slouží jako tečka na konci věty, je drobným přerušením, či řekněme pozastavením, ne však zásadním. Nenarušuje plynulost děje. Stejně jako v literatuře i zde je nutné dodržovat pravidla, aby děj neplynul příliš rychle, nebo naopak příliš pomalu. Zároveň nesmí přeskočit nějakou významnou událost, aby se v něm čtenář orientoval a byl schopen jej i dále sledovat.

Mezera mezi panely je velmi zajímavý prvek, neboť i jako prázdné místo obsahuje významnou a pro komiks neodmyslitelnou informaci. Reprezentuje veškerý děj, který se nalézá mezi jednotlivými panely. Samotná šířka mezer není většinou důležitá, převažuje těsné umístění jednotlivých panelů za sebe, signifikantní je samotná její existence. Mezera je místem, kde lidská představivost bere dva oddělené obrázky a proměňuje je v jedinou myšlenku (McCloud, 2008: 66). Viditelně není obsaženo nic, v rovině příběhu je však obsaženo mnohé.

Panely se nacházejí v nejrůznějších vztazích. Vztahy mezi panely – jejich spojení do lineární sekvence i translineárních vazeb – jsou hlavním mechanismem narace komiksu. Jednotlivé panely jsou v komiksu organizovány podle určitých syntagmatických pravidel.

McCloud ve své knize (2008: 70 - 72) charakterizuje šest typů přechodů mezi dvěma za sebou následujícími panely:

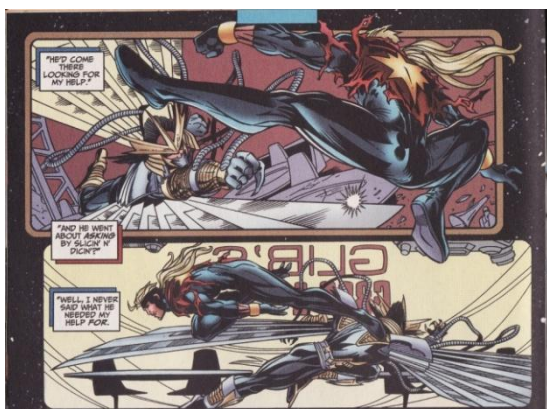
1. od chvíle ke chvíli



Obr. 13. Přechod od chvíle ke chvíli (Miller, 2004: 288)

²⁵ V českém překladu Richarda Podaného (McCloud, 2008: 60) se objevuje pojem škarpa.

2. od akce k akci



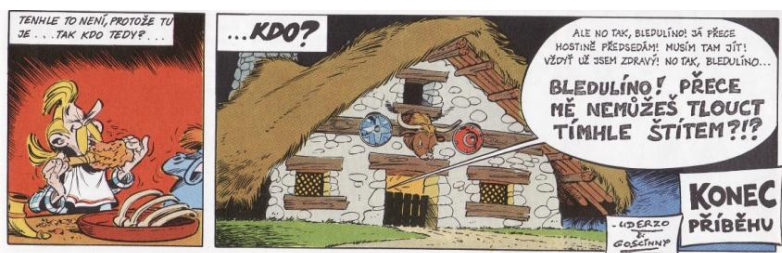
Obr. 14. Přechod od akce k akci (Marvel Comics, 2001: 12).

3. od subjektu k subjektu



Obr. 15. Přechod od subjektu k subjektu (Marvel Comics, 2001: 9).

4. od scény ke scéně



Obr. 16. Přechod od scény ke scéně (Goscimny - Underzo, 2001: 48).

5. od aspektu k aspektu



Obr. 17. Přechod od aspektu k aspektu (Goscinný - Underzo, 2001: 35) zachycuje více pohledů na jednu situaci nebo emoci.

6. nelogický přechod



Obr. 18. Přechod nelogický (Miller, 2004: 30).

Nejčastějším přechodem v západní kultuře je podle McClouda (2008: 74) následnost od akce k akci, ale každý autor pracuje s jinými výrazovými prostředky a rozdílnosti lze hledat také na základě kulturních zvyklostí. K vyjadřování záměrů autora patří také práce s velikostí panelů, ta je ovšem relevantní až v kontextu zbývajících sekvencí. Pokud se liší od průměru, pravděpodobně se jedná o ukazatel důležitosti. Velikost a šířka panelu také diktuje rytmus příběhu, který někdy bývá přirovnáván k Morseově abecedě či notovému zápisu. Nezarámovaný panel pak může vyvolávat dojem nadčasovosti.

Jako nástroj vyprávění může fungovat také vzdálenost mezi panely; čím blíže jsou k sobě, tím rychleji po sobě dané události následují a vytvářejí ve čtenáři pocit napětí a gradace. Ani tuto skutečnost však nelze uplatnit na libovolný komiks, není pravidlem.

Počet panelů a jejich uspořádání je omezeno formou, kterou autoři zvolí. V historii měli k dispozici pouze malý prostor, strip, nebo maximálně jednu stranu. Právě z tohoto důvodu mohly být komiksy považovány za úpadkovou formu; neměly složitou stavbu, musely být významově jasné a pracovat s jednoznačnými přechody. Až ve druhé polovině 20. století začaly komiksy pracovat s tím, co Groensteen (2000) nazývá splétáním. Termín splétání odkazuje jednak k diachronním přechodům mezi sousedícími panely, dále pak k faktu, že významový vztah mohou tvořit panely i zpětně – čtenář tedy dokáže pochopit návaznost až po přečtení určitého segmentu komiksu.

Panel je pouze jeden z typů rámování. Pro plynulost komiksu je nezbytné dodržovat rytmus čtení a pracovat s většími částmi. Autor musí uvažovat i o dalším rámování – především o stránce a dvoustránce; uvažovat o komiksové knize jako celku.

HORIZONTÁLNÍ PÁS

Juxtapoziční umístění panelů do horizontálního pásu je základní metodou sdružování panelů. Jeho význam a struktura se výrazně liší, pokud je finální formou komiksu (pak se jedná o komiksový strip), nebo pouze částí celku.

Horizontálnost jako základní směr komiksu odkazuje ke kulturním zvyklostem a vychází ze čtení literatury. Do velké míry je určován rozměry a plošným formátem média, neboť většinou vyplňuje veškerý prostor mezi levým a pravým okrajem. Horizontální pás odpovídá řádku textu a vychází z jeho směru čtení, ale podle Groensteena, který jej ztotožňuje se stripem, má důležitější funkci než řádek textu, neboť tvoří samostatnou výpovědní jednotku. Velikost a počet horizontálních pásů na straně či dvoustraně ovlivňuje rytmus vyprávění i estetický dojem.

STRÁNKA

Horizontální pásy jsou sdružovány pod sebe do celku vyšší úrovně – do stránek. Znovu tak vzniká výpovědní jednotka, o které autor musí uvažovat celistvě. Díky mechanismu juxtapozice je čtenář i tento rámec schopen vnímat jako celek. S větším množstvím horizontálních pásů zpravidla roste výpovědní hodnota stránky, v rámci stránky čtenář vnímá komplikovanější a vzdálenější vazby, chápe strukturu příběhu. Tento tzv. meta-panel²⁶ se snaží co nejplněji využít plošný formát média, a to nejen horizontálně, ale i vertikálně až k okrajům (Bláha, 2009: 46).²⁷

Některé části stránky mají privilegované postavení při čtení (Groensteen, 2000). První a poslední panel na stránce jsou ukazateli rychlosti vyprávění a autor nikdy nemůže zabránit čtenáři ve čtení stránky pouze v tomto pořadí – tedy tak, že přeskočí prostřední část sdělení na stránce. Proto je nezbytné, aby autor zvažoval přesné rozmístění panelů na stránce, pracoval nejen s horizontálním pásem, ale také se stránkou jako s formátem.

²⁶ Tento pojem používá Eisner (1985: 54).

²⁷ Groensteen (2000) v českém překladu Barbory Antonové používá termín arch (fr. *planche* – celostránková ilustrace). Schvaluje také používání pojmu stránka a sám nazývá zvláštní případ sdružování dvou archů dvoustranou (Groensteen, 2000: 195, 198).



Obr. 19. Uspořádání, vycházející z možností a omezení jedné strany (Goscinny – Uderzo, 2001: 42).

DVOUSTRANA A VYŠŠÍ ÚROVNĚ SDRUŽOVÁNÍ

Dvoustrana je největší souvislý segment komiksu dosažitelný pohledem. V komiksové knize by měl být přítomen významový vztah mezi panely, které jsou na protilehlých stránkách obsaženy, a tvořit jakýsi harmonický vztah. Čtenář vždy vnímá dvoustránku celistvě, a to i v případě, že mezi nimi na první pohled neexistují užší souvislosti.

Groensteen (2000: 52) zdůrazňuje význam dvoustrany a dle jeho názoru i na této úrovni vzniká samostatná výpovědní jednotka. Mnohé komiksy ale takovou strukturu do značné míry ignorují a pracují pouze s jednotkou stránky. S čím ovšem pracují snad všichni autoři, je možnost zpomalení příběhu a stupňování kýženého napětí, ke kterému dochází při otáčení stránky.



Obr. 20. Ukázka rozložení na dvoustránce (Miller, 2004: 178-179).

2. PRVKY VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU VYUŽITELNÉ PRO TVORBU GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRAŇÍ

2.1 GRAFICKÉ UŽIVATELSKÉ ROZHRAŇÍ

2.1.1 Definice GUI

Uživatelské rozhraní

Grafické uživatelské rozhraní (GUI) je typem uživatelského rozhraní (UI), které umožňuje uživatelům interagovat s přístroji pomocí vizuálních znaků²⁸. Uživatelské rozhraní obecně, jako součást oboru Human Computer Interaction (HCI), je soubor technik a mechanismů, jež mají za úkol umožnit vzájemné působení lidí a strojů. Jeho záměrem je co nejefektivnější řešení jejich spolupráce.

Uživatelská rozhraní se skládají ze dvou základních komponentů: vstup (*input*) a výstup (*output*). U počítačů, které jsou středem zájmu této práce, vstup představuje způsob, jakým uživatel zprostředkovává počítači své potřeby a tužby. Základní vstupní komponenty tvoří klávesnice, myš, prst (při dotykové obrazovce), nebo hlas (hlasové ovládání). Výstup pak vychází z toho, jak počítač vyhodnotí uživatelské požadavky a jak na ně reaguje (podrobněji Galitz, 2002). Nejčastějším výstupním mechanismem v dnešní době je obrazovka a displej, hned po nich následují mechanismy, které zaměstnávají uživatele sluch.

Právě obrazovka je klíčovým prvkem rozhraní člověk – počítač, které bylo rozšířeno o kulturní rozměr, a má tak podobu člověk – počítač – kultura (Kůst, 2003: 23). Obrazovka je prostorem, kde probíhá aktualizace významu a představuje jakýsi hybrid mezi starým a novým – ve smyslu televizní obrazovky a displeje. Je tak zároveň charakteristickým znakem nových médií a tradičních kulturních forem.

Uživatelské rozhraní představuje konkrétní způsob interakce mezi počítačem a uživatelem, je jejich prostředníkem. Jeho navrhování je náročnou disciplínou, která musí zohledňovat následující faktory: požadavky a očekávání uživatele; fyzické limitace a schopnosti uživatele; způsob, jakým vnímá informace; ale také to, co považuje za zábavné a atraktivní, apod. Brát v potaz ale musí také možnosti počítačového hardwaru a softwaru.

²⁸ V této práci se zaměřuji výhradně na sféru elektronických přístrojů, zvláště těch interakčních. Zabývám se výhradně grafickým uživatelským rozhraním nových médií, převážně počítačů.

Designéři rozhraní vycházejí z opakujících se principů a pravidel, díky kterým je uživatel schopen ovládat program či přístroj téměř automaticky, intuitivně.

Grafické uživatelské rozhraní

Samotné grafické uživatelské rozhraní slouží pro podporu a zajištění HCI skrze vizuální prvky namísto textových. Používá grafiku k tomu, aby umožnilo uživateli co nejefektivnější a nejsnazší ovládání systému. Většinou k němu dochází skrze přímou manipulaci grafických elementů. Tvoří nedílnou součást velké většiny programů nebo systémů, denně s ním přicházíme do styku a je pro nás samozřejmostí.

První generace grafického uživatelského rozhraní jako to, jímž disponoval *Apple Macintosh System* nebo nadstavba operačního systému *Microsoft Windows* (podrobněji kapitola 2.1.2), využívaly pro komunikaci s příjemcem poměrně jednoduché grafické reprezentace, které odpovídaly výpočetním možnostem tehdejších počítačů. Vizuální jazyk GUI byl v té době ve svém zárodku a používal jen málo prvků; multitasking existoval pouze ve velmi omezené podobě v *Microsoft Windows* a v *Apple Macintosh System* až později²⁹. Snadný vizuální jazyk mohl fungovat zpočátku, ale v současné době, kdy počítač značně rozšířil svůj vliv ve společnosti, kdy existuje neúměrně větší množství softwarů, aplikací, funkcí a multitasking, musel být nalezen jazyk nový. „*S exponenciálním růstem informační sféry se zvětšuje škála a komplexita metafor, které ji popisují.*“³⁰

I když v současné době představuje poměrně novou kulturní tradici, je již velmi silná a nabízí vlastní způsoby reprezentace lidské paměti a lidské zkušenosti (Manovich, 2002b: 81-82). Stejně jako mnohá jiná kulturní rozhraní i toto vyžaduje konkrétní kulturní znalost, která uživatelům umožňuje jeho použití (podrobněji kapitola 2.1.3). Rozhraní jako prostředník mezi přístrojem a uživatelem vychází z historicky vyzkoušených postupů, využívá vyjadřovací prostředky typické především pro tištěné slovo a film. S ohledem na záměr této práce se ale pokusím poukázat na rysy, které jsou společné také s komiksem.

2.1.2 Historie GUI

Nová média a jejich jazyk mají ve srovnání s ostatními médii zatím pouze krátkodobou historii, ale myšlenky, které vedly k jejich vzniku a následnému vývoji, můžeme

²⁹ Ve verzi 5 v roce 1987.

³⁰ Vlastní překlad: „*As the infosphere continues its exponential growth, the metaphors used to describe it will also grow in both scale and complexity.*“ (Johnson, 1997: 18).

hledat daleko v minulosti. Například představu vybudování informačního prostředí, jež je jednou ze základních myšlenek, které daly impuls vzniku grafickému uživatelskému rozhraní, lze hledat již v 6. století př. n. l. Řecký myslitel Simonides vycházel z jednoduché idey, že naše vizuální paměť je mnohem trvalejší než paměť textová, a představoval si proces výstavby příběhu jako stavbu budovy (podrobněji Johnson, 1997).

Ve dvacátém století již nabyly tyto představy konkrétnější podoby. Jeden z prvních, kteří se vůbec myšlenkou GUI zabývali, byl počátkem 30. let Vannevar Bush. Jeho vize *MEMEXu*, který by pracoval na principech hypertextu a interaktivity a dovoľoval by sdílet různé dokumenty, nemohla být realizována, neboť technická podpora v té době nedosahovala potřebné úrovně. Další, kdo významně ovlivnil současný vzhled a funkce GUI, byl experimentátor s grafickými displeji Ivan Sutherland z Massachusetts Institute of Technology (MIT). Jeho program *Sketchpad* umožňoval pomocí pera kreslit linky, kruhy a body na obrazovku. Podle Stevena Johnsona (1997: 13) ale *Sketchpad* neřešil závažnější problém převodu všech digitálních informací na vizuální jazyk. To byl až úkol pro Douglase Engelbarta, „Otce GUI”.

Engelbart provedl v roce 1968 v San Francisku prezentaci, která byla prvním veřejným představením informačního prostoru. Vycházel při tom z textu V. Bushe *AS WE MAY THINK* a definoval základní principy moderního rozhraní: zobrazování skrze bitmapu a princip přímé manipulace. Podle jeho návrhu se počítač ovládal klávesnicí a myší a mohl zobrazovat text i grafiku. Místo toho, aby uživatel nařídil počítači *otevři složku*, mohl najednou otevřít složku sám. V tomto přímém ovládání se ovšem skrývá jistý paradox – ve skutečnosti grafické rozhraní přidalo další vrstvu, která vzdalovala uživatele od jeho povelu (podrobněji Johnson, 1997). Na druhou stranu měl uživatel mnohem silnější pocit, že veškeré ovládání je čistě v jeho rukou.

Engelbartův přínos spočívá především v tom, že představil tzv. *chorded keyboard*, tedy klávesnici, která umožňovala stisknutí několika kláves najednou po vzoru hraní na klavír, což vedlo k rychlejšímu ovládání. Veřejnosti byla také představena okna a bezprostřední manipulace pomocí myši. V této době se zrodilo naše současné chápání a využívání počítačů. Některé myšlenky sice byly vyřčeny již dříve, ale během 60. let byly v textech Sutherlanda, Nelsona, Engelbarta a dalších definovány a vysvětleny základní prvky moderního GUI.

V 70. letech pak firma Xerox v Palo Alto Research Center prakticky realizovala základní principy moderních počítačů a GUI. Xerox PARC (1972) dal vznik modernímu idiomu počítačů a vznikla metafora pracovního stolu, která byla tak silná, že se udržela až do současnosti. Xerox PARC poprvé použil interakci WIMP (*Windows, Icon, Menu, Pointing*

device; okno, ikona, menu, ukazovací zařízení). Okna představují prostředí pro samostatný program, které jej izoluje od programů ostatních. Ikony slouží jako zkratky akcí, které mají být počítačem provedeny. Menu, ať již textové, nebo obrazové, slouží k přehledné selekci a ukazovací zařízení, ať již myš, touchpad, joystick, či tablet, převádí fyzický pohyb uživatele a zachycuje ho jako kurzor pohybující se po monitoru.

Na *Xerox PARC* později navázaly další systémy, mimo jiné *Xerox STAR* (1981), který vycházel z principů iluze manipulovatelnosti objektů, vizuálního pořádku a vzbuzení zájmu uživatele, přehledné struktury, jednotnosti, shody s médiem a rozhraní mělo u uživatele vzbuzovat adekvátní emoce (podrobněji Galitz, 2002).

Základní prvky a pravidla *Xerox Star* převzal Steve Jobs z *Apple Computer* a spolu se svým týmem nechal vzniknout systému *Apple Lisa*. Kvůli komerčnímu neúspěchu ho však nahradil *Apple Macintosh*, jehož *System* obsahoval menu, ikony, odpadkové koše a ovládal se myší, a definoval tím vzhled grafických uživatelských rozhraní tak, jak je známe dnes. Co učinilo *Macintosh* revolučním, byl jeho charakter: měl personalitu, hravost, snadnost použití, integroval formy a funkce a byl líbivý (Johnson, 1997). Rozhraní se stalo médiem, samostatnou autonomní entitou, která vznikla jako výsledek působení kultury i technologie (Johnson, 1997: 50).

Apple Macintosh odstartoval vlnu popularizace počítačů i GUI, která je typická pro celá 80. léta. Přístroje začaly zlevňovat a staly se dostupnějšími. Počítač byl poprvé využit ve filmu, jednoduché grafické programy umožnily jeho použití nově i jako kreativního nástroje a o pár let později byl spuštěn *Photoshop*. Všechny tyto proměny v 80. letech přičkly počítači nové role – roli manipulátora již existujících médií (*Photoshop*), mediálního syntetizátoru (filmové efekty, hudební software) a roli média s vlastními pravidly (počítačové hry).

2.1.3 GUI jako kulturní rozhraní

Podkapitola *GUI JAKO KULTURNÍ ROZHRAŇÍ* vychází z konceptu Lva Manoviche, především z jeho knihy *THE LANGUAGE OF NEW MEDIA* (2002), ve které popisuje GUI jako místo střetu mezi uživateli a kulturními daty, a dává mu tak obrovský význam. Pro práci *VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU A DESIGN GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRAŇÍ* je jeho přístup stěžejní, neboť odkrývá historické a kulturní souvislosti tohoto média.

Abychom pochopili Manovichovo (2002b) pojetí grafického rozhraní, je třeba vrátit se do roku 1984, kdy podle jeho názoru došlo ke spojení dvou rozdílných estetik, převládajících v tehdejší západní kultuře. V tomto roce byl režisér filmu *Blade Runner* – Ridley Scott – požádán, aby natočil reklamu na výše zmíněný *Apple Macintosh System*. Na jedné straně

stálo ztělesnění úpadku v podobě Blade Runnera³¹, na straně druhé pak grafické uživatelské rozhraní se svou vlastní futuristickou vizí. Ta ukazuje svět technologie a počítačů, ve kterém uživatelé produkují, ukládají a třídí informace; svět, ve kterém jsou vztahy mezi lidmi a technologiemi předem dány a jsou plně v rukou uživatelů.

Stejně jako Blade Runner předalo i GUI světu svou představu budoucnosti a ovlivnilo naši společnost a všechny oblasti kultury. V 90. letech 20. století, kdy došlo ke značnému rozvoji a popularizaci internetu, proměnil počítač svou kulturní roli z nástroje na médium. Nejprve simuloval psací stroj, kalkulátor nebo štetec, a jako takový vytvářel kulturní obsah. Koncem 90. let se proměnil v univerzální přístroj, stal se filtrem celé kultury, všech kulturních a uměleckých produktů. *„Nová situace se zrodila, když okno webového prohlížeče naráz nahradilo kino, televizní obrazovku, stěnu v galerii, knihovnu i knihu: veškerá kultura, minulá i budoucí, je filtrovaná skrze počítač, s jeho speciálním rozhraním.“*³²

Počítačové rozhraní je v podstatě kódem, který je nositelem kulturního sdělení v různých médiích (Manovich, 2002b: 76). Kód poskytuje vlastní model světa, vlastní logický systém a ideologii. V tomto smyslu navrhuje Lev Manovich (2002b: 76) hovořit o tzv. netransparentnosti, neprůhlednosti kódu (*non-transparency of the code*). Vychází přitom ze Sapir-Whorfovy hypotézy³³, podle které je lidské myšlení determinováno kódem – jazykem.³⁴ S rostoucím vlivem počítačů a s jejich proměnou v univerzální médium se zvyšuje i naše interakce s kulturními daty: s texty, fotografiemi, hudbou nebo virtuálními prostředími. Již se nesetkáváme s počítačem jako takovým, ale s digitálně zakódovanou kulturou.

Jazyk kulturního rozhraní

Pojem kulturní rozhraní, *Cultural Interface*, používá Manovich (2002b) pro popis *Human-Computer Culture Interface*, tedy rozhraní mezi lidskými uživateli a kulturními daty. Snaží se vystihnout způsoby, jakými počítače prezentují kulturní data a umožňují nám je využívat. Pod kulturní rozhraní spadají rozhraní DVD, CD, webových stránek, počítačových

³¹ Hodí se zmínit, že se Ridley Scott se při tvorbě filmu inspiroval stejnojmenným komiksem.

³² Vlastní překlad: *„As a window of a Web browser comes to replace cinema and television screen, a wall in art gallery, a library and a book, all at once, the new situation manifest itself: all culture, past and present, is being filtered through a computer, with its particular human-computer interface.“* (Manovich, 2002b: 77).

³³ Teorie z poloviny 20. století; zjednodušeně se dá říci, že lidé, kteří mluví a přemýšlejí v různých jazycích, uvažují o světě rozdílně.

³⁴ Další teorie vycházejí z „non-transparency of the code“ jsou např. logocentrismus J.Derridy, nebo mediální teorie M. McLuhana.

her, multimediálních encyklopedií a všech dalších kulturních objektů distribuovaných skrze počítač.

Podle autora (Manovich, 2002b) vychází současná podoba kulturních rozhraní (jejich vzhled, organizace, funkce, principy) ze tří původnějších kulturních forem: tištěného slova, filmu a obecného HCI³⁵.

a) Tištěné slovo³⁶:

Text má v počítačové kultuře privilegované postavení – je metajazykem počítačových médií, kódem, ve kterém jsou ostatní média reprezentována, a primárním zprostředkovatelem informací mezi počítačem a uživatelem. V 80. letech 20. století byl text prvním kulturním médiem, které masivně prošlo digitalizací. Přesto se již v 60. letech objevily myšlenky a projekty na sumarizaci veškeré psané produkce (např. *Xanadu* Teda Nelsona).

Díky úzké vazbě mezi počítačem a textem vychází kulturní rozhraní z principů organizace textu, která se vyvíjela po celá staletí. Mimo jiné využívá stejné pojetí stránky, které je známé již od prvního století, tedy obdélníkový prostor pro limitované množství informací, který je ve vztahu k ostatním stranám.³⁷ Počítač jednoduše přejímá již zavedené způsoby a přidává do nich nové prvky, jako video nebo zvuk. Stejně jako byly kdysi téměř nezničitelné hliněné tabulky vyměněny za inkoust a papír, byly pak i ony nahrazeny bity v počítačové paměti. Později, s příchodem HTML, mohly být dokonce jednotlivé stránky umístěny v různých počítačích, a staly se tak mobilnějšími a méně vázanými na fyzické místo.

Na vývoj stránky se můžeme podívat i z jiného úhlu pohledu. U webových stránek je zřejmá analogie s původní formou textu, jako byl papyrus ve starověkém Egyptě a Řecku. Oba mají podobný způsob čtení – rolování textu, ne listování.

Text tradičně kódoval lidské vědění a paměť a snažil se inspirovat čtenáře k akceptování nových myšlenek, nových způsobů interpretace světa, nových ideologií. Úzce souvisel s uměním rétoriky, které původně využívalo velké množství básnických figur. V této souvislosti cituje Manovich (2002b) lingvistu Romana Jakobsona³⁸, který tvrdí, že se pod vlivem počítačové binární logiky rétorika redukovala pouze na dvě figury: metaforu a

³⁵ Manovich (2002b) nepoužívá zkratku HCI ve smyslu *Human-Computer Interaction*.

³⁶ Ve smyslu veškerých tištěných materiálů – přes noviny, časopisy a knihy, k ilustracím, manuálům, návodům, letákům.

³⁷ Např. Koncept *Apple Macintosh System* z roku 1984 vychází z knihy, zachovává listování.

³⁸ Po 2. světové válce přednášel ve Spojených státech amerických, také na MIT.

metonymií (podrobněji kapitola 2.2.2). Manovich (2002b) pak dodává, že jazyk hypertextu upřednostňuje metonymií a prostor před hierarchií a časem a že je kultura nových médií plochá, bez konkrétního řádu a narace.³⁹

b) Film⁴⁰:

Tištěné slovo, které původně dominovalo jazyku kulturních rozhraní, postupně ztrácí na důležitosti. Je to na úkor filmu ve všech jeho aspektech, který se progresivně dere vpřed. Stále více informací je prezentováno v audiovizuální podobě. Do jisté míry je to dáno tím, že počítačová designéri vyrůstali v mediálním prostředí, kterému dominovala televize. Vytvořili filmové vidění světa, strukturaci času, vyprávění příběhu a propojování jednotlivých zážitků v celek. Stejně jako se film vyvinul z divadla a světelných show, vychází kulturní rozhraní z filmu (a tištěného slova) a umožňuje divákům stát se také autory. Manovich doslova říká, že „*část po části se film vlévá do počítače*“⁴¹, a následně tyto části uvádí (podrobněji Manovich, 2002b):

- lineární perspektiva z jednoho bodu
- přenosná kamera (původně vynalezena jako součást technologie pro 3D počítačovou grafiku: pro počítačově podporované projektování (*computer-aided design*), letové simulátory apod.; masově rozšířena v 80. a 90. letech)
- obdélníkový rám (film samotný převzal obdélníkové rámování z malířství a dodal mu mobilitu; rám ukazuje pouze část celku, představuje jakési okno do skrytého světa, stejně tak okno v HCI představuje pouze část většího dokumentu)
- kinematografické techniky a úprava záznamu (tradiční filmové techniky jako expresivní využití úhlů záběru, hloubka pozadí, dramatické nasvícení apod. se využívají především v počítačových hrách: akce, dobrodružství, bojový simulátor)
- digitální postavy
- narativní struktury

Vliv filmu na kulturní rozhraní je tedy podle Manoviche nepopíratelný. Kinematografické techniky a vnímání světa jsou základem pro interakci uživatelů s kulturními

³⁹ Upřednostňování prostoru před časem, zplošťování historického času a opovrhování hlavních narácí jsou stěžejní rysy pojmu *spatialization*, klíčového efektu postmodernismu.

⁴⁰ Pojem *cinema* používá Manovich (2002b) jako slovo zastupující vše, co patří do audiovizuálního světa kinematografie: diváci, percepce, technika, reprezentace prostoru, filmové techniky, televize, atd.

⁴¹ Vlastní překlad: „ (...) *element by element, cinema is being poured into a computer.*“ (Manovich, 2002b: 92).

daty prostřednictvím počítače. Film se proměnil v kulturní rozhraní a stal se nástrojem pro veškerou kulturní komunikaci.

c) HCI:

Počítačové rozhraní má mnohem kratší historii než tištěné slovo a film. I přesto je již více než půl století součástí naší kultury a reprezentuje silnou kulturní tradici, jeho jazyk odráží lidské vědomosti a zkušenosti.

HCI má s filmem a tištěným slovem mnohem více společného, než by se na první pohled mohlo zdát. Každá tato kulturní forma má svůj vývoj, historii a unikátní způsoby organizace informací, jejich prezentace a nezaměnitelný vztah k času a prostoru. Film, tištěné slovo a HCI strukturují lidské poznání, a jak Manovich (2002b) píše, jsou třemi hlavními rezervoáry metafor a strategií pro organizování informací, které sytí kulturní rozhraní. Na druhé straně ale začínáme vnímat i film a tištěné slovo jako rozhraní – obě kategorie mají vlastní způsob vyjadřování, vlastní metafory, obě nabízejí vlastní fyzické rozhraní.

Dnes, kdy dochází k uvolňování médií z jejich tradiční fyzické závislosti, může designér jednoduše spojovat text i video a dávat je do nových kontextů. Pro počítačového uživatele je film a tištěné slovo rozhraním, stejně jako ovládací tlačítka, menu, příkazové řádky a jiné prvky, které jsou součástí standardního HCI. HCI představuje sjednocující nástroj, který dokáže manipulovat se všemi druhy dat.

Jay David Bolter a Richard Grusin (Bolter – Grusin, 2000) definují ve své studii *REMEDIATION: UNDERSTANDING NEW MEDIA* médium jako něco, co remediuje, tedy co se zmocňuje vlastností jednoho média a přetváří je podle vlastních potřeb. V kontrastu s modernistickým pohledem předpokládají, že média pracují na základě překládání, přetváření a přeformování již existujících mediálních forem, a to jak na úrovni formy, tak obsahu. Média existují jen v hybridních podobách, splývají v jedinou propojenou multimediální formu.

Vnímáme-li HCI jako samostatné médium, vystihuje ho Botlerova a Grusinova teorie dokonale. Historie HCI vychází z půjčování si od ostatních médií a reformulace tištěného slova, filmu, televize, a jak se snažím dokázat v této práci, také komiksu. Kromě prostého vypůjčování také tato média spojuje a dává je do nového kontextu. Manovich (2002b) mluví o HCI jako o chameleonovi, neboť neustále proměňuje svůj vzhled a chování podle toho, jak je počítač využíván v dané době.⁴²

⁴² V 70. letech vycházel Xerox a další GUI z pracovních desek, v 90. letech se inspirovaly spotřební elektronikou – VCR a CD přehrávače atd.

Kulturní rozhraní se snaží vymyslet vlastní jazyk, který by jednoduše nepřejímal jazyk HCI. Snaží se najít cestu vyváženosti mezi dvěma rozdílnými skupinami kulturního působení. Na jedné straně jsou to již zralé, starší formy kultury (jako stránka, obdélníkový rám, mobilní zorný úhel), na druhé pak konvence počítačových softwarů; tedy starší data jako reprezentace vizuální reality lidských zkušeností (např. obrazy, texty a audiovizuální díla) a data nová – numerická. Data nová přitom podle autora (Manovich 1999; 2002) vychází z dat původnějších a klade je do nových kontextů. V moderní vizuální kultuře představoval obraz věc určenou k prohlížení, ne k interakci. V 80. a 90. letech pak došlo k redefinici pojetí obrazu, GUI mu dodalo binární pojetí: představovalo kombinaci neinteraktivních, pasivních obrazů a obrazů aktivních (ikony, odkazy). Znovu je zde tedy patrné spojení dvou velmi odlišných konvencí. O tom vypovídá i to, že počítače využívají techniky, které bývají běžně využívány pro seriózní řízení programů a dat, spolu s technikami typickými pro fiktivní reprezentace a příběhy.

Konfrontaci nového s původním pak ilustruje i následující skutečnost. Jeden z hlavních principů moderního HCI je konzistentnost – snaží se dokázat, že jednotné označení ikon, menu, dialogových oken apod. lze využít v různých aplikacích. Uživatel pak ví, co může v dané aplikaci očekávat, co tam nalezne. Na druhou stranu moderní společnost vyžaduje originalitu. Kulturní rozhraní se proto snaží zohlednit obojí – většina rozhraní proto pracuje s elementy vycházejícími ze standardní sémantiky (funkce *home*, *forward*, *backward*), ale zároveň obsahují ojedinělý design, který je odlišuje od ostatních.

2.1.4 Komiksové GUI

Nelze opomenout nastínění některých pokusů i úspěšných realizací o přímé propojení grafického uživatelského jazyka s komiksovými praktikami. Jedná se přímo o přenesení prvků vizuálního jazyka komiksu do aplikací a programů. Pokusy vývojářů a designérů o propojení těchto médií svědčí o tom, že lze hledat spojitosti a vzájemně ovlivňovat jeden jazyk jazykem druhým.

Jako příklady mohou sloužit systémy *Comeks*⁴³, *Comic Chat*⁴⁴ nebo *Comic Diary*⁴⁵ nebo systém *SMSComics* (podrobněji Battestini – Seltru, 2009). *SMSComics* používá

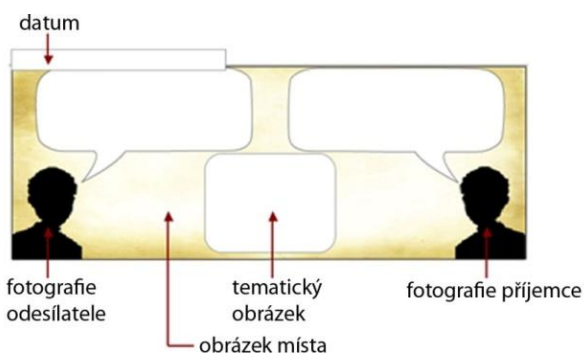
⁴³ *Comeks* umožňoval uživatelům označit a doplnit obrázky v MMS editoru řečovými bublinami a dalšími prvky komiksu (podrobněji Salovaara, 2007).

vizuální metaforu k obohacení SMS komunikace a propojení se sociálními sítěmi. Velmi zjednodušeně *SMSComics* vizuálně zachycuje SMS komunikaci mezi dvěma uživateli a doplňuje ji informacemi z jejich účtů na sociálních sítích. Výsledný obraz, jenž se uživatelům na mobilním telefonu či smartphonu zobrazí, vypadá následovně:



Obr. 21. Ukázka vizualizace používané v aplikaci *SMSComics*.

Objevuje se v něm pravidelný princip tří oken, panelů, který kopíruje klasické uspořádání komiksových stripů. Vychází tak z následující šablony:



Obr. 22. Schéma používané u aplikace *SMSComics*.

Tyto a další příklady dokládají atraktivnost komiksu pro designéry rozhraní a grafických uživatelských rozhraní. Ke komiksu se obracejí především kvůli jeho jednoduchosti a jasné interpretaci. Komiks jako univerzálně rozšířený jazyk je srozumitelný i pro naprosté laiky v interakčním designu a počítačových systémech. Naskýtá širokou škálu praktik a motivů, které se dají do GUI přenést. Je třeba prozkoumat další možnosti a pokusit se najít prvky komiksového jazyka, které by mohly usnadnit komunikaci mezi uživatelem a zařízením.

⁴⁴ *Comic Chat* tvoří konstrukce bublin a také layout, umístění a orientace komiksových panelů. Postavám je dokonce přiřknuta celá řada emocí, ze kterých si uživatel volí a komiksově je znázorňuje (podrobněji Kurlander – Skelly – Salesin, 1996).

⁴⁵ *Comic Diary* je osobní naváděcí systém, který zachycuje zkušenosti vizuálně jako komiks (podrobněji Sumi – Sakamoto, 2002).

2.2 MOŽNOSTI VYUŽITÍ VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU PRO TVORBU GUI

Pokud vycházíme z konceptu Lva Manoviche (2002b), který jsem nastínila v kapitole 2.1.3, chápeme grafické uživatelské rozhraní jako nové kulturní prostředí, které ovšem čerpá z osvědčených prostředků médií starších. Design GUI vychází ze zažitých pravidel a vzorů, ale přidává k nim něco nového. Jak bylo zmíněno již v minulé kapitole, rozhraní v sobě musí spojovat paradox osvědčeného (tedy, že uživatel nebude zmaten a bude si vědom toho, co dané znaky symbolizují a jak pracují) a zároveň nového, originálního, které je v dnešní společnosti tolik žádané. Předpokládám, že grafické uživatelské rozhraní čerpá ze zaběhnutého jazyka komiksu a že lze najít spojitosti mezi těmito médii, které povedou k jejich obohacení.

V této kapitole uvádím některé tyto spojitosti, které zatím nebyly dostatečně probádány. O vztahu rozhraní k jiným mediální formám, jako je tisk, film nebo televize, již bylo diskutováno a vznikly mnohé texty. Oproti tomu vztahem komiksu a GUI se zabývá jen zanedbatelný počet autorů, nikdo nezkoumá propojení těchto dvou disciplín v jejich celistvosti.

Na vybraných společných prvcích komiksu a GUI nastíním jejich podobnost a částečně tím obhájím pozici komiksu jako jednoho z výchozích vzorů pro tvorbu GUI. Pochopení společných prvků komiksu a GUI může vést k obohacení obou sfér, spíše ovšem právě GUI, neboť komiks již svůj jazyk našel a osvědčeně používá, zatímco GUI jej do jisté míry stále hledá. Jako nové odvětví musí využívat všech dostupných řešení, aby dosáhlo své maximální efektivity.

2.2.1 Společné prvky komiksu a GUI: Obecná rovina

KONVERGENCE A HYBRIDIZACE

Samotná podstata obou médií, která jsou tématem této práce, pramení z mísení prvků médií dalších. Komiks kombinuje text s obrazem a podle mnohých (především v minulosti) byl považován za hybridní médium v negativním slova smyslu. Výtky na nepůvodnost a používání převzatých prvků z jiných médií vedly k degradaci komiksu a k jeho vyčlenění ze zájmu seriózní vědy. Eco (2006: 146) hovoří o dalších případech tzv. žánrového parazitismu, vnímá je ale pozitivně. Převod uměleckého požitku z jednoho média na druhé přináší konzumentovi rozdílné prožitky, a může tak obohacovat originální motivy (Eco, 2006: 146).

„Skutečnost, že nějaké řešení bylo vypůjčeno odjinud, ještě nezamezuje jeho použití, pokud bylo integrováno do originálního kontextu, který tuto operaci zdůvodní.“ (Eco, 2006: 147).

I další autoři poukazují na pozitivní hodnoty hybridizace a na jejich přínos pro kulturu. Namátkou McLuhan (1991: 62): *„Hybrid, setkání dvou médií, je hodinou pravdy a zjevení, z nichž se rodí nová forma. Paralela dvou médií nás totiž udržuje na pomezí forem, na místě, kde jsme vytrženi z narcisovské narkózy. Chvilé setkání médií je chvílí svobody a uvolnění z každodenního transu a otupělosti, kterými tato média postihují naše smysly.“*

V počítačové kultuře se často hovoří o propojování, konvergenci různých médií. Jedním ze základních východisek novomediálních teorií je tzv. remediace (podrobněji kapitola 2.1.3), tedy teze, že nová média si propůjčují vlastnosti a prvky již existujících mediálních forem. Reorganizují způsoby jejich používání a využívají je v jiném kontextu, zároveň se jedná o oboustranný proces – nastupující médium absorbuje původní médium a to zároveň přebírá prvky média nového. Nejen médium, ale také jeho rozhraní, které je ústředním místem mezi komunikací uživatele s počítačem či přístrojem, vychází z již existujících forem. Podle Manoviche (2002b; podrobněji kapitola 2.1.3) čerpá rozhraní, tedy i GUI, především z praktik textu a filmu. Je tedy stejně jako komiks do značné míry hybridní, určuje ho mísení různých existujících forem v pozměněné podobě.

Paralela mezi komiksem a grafickým uživatelským rozhraním je v této rovině více než zřejmá. Komiks ukazuje, jak spolu mohou jednotlivá média koexistovat (Adamovič, 2003: 33). Dokazuje také, že text může být na stejné úrovni jako obraz a jak může být volba fontu či určitého typu písma a jeho velikosti důležitá. Sean Cubitt (Adamovič, 2003) zmiňuje, že některá novomediální rozhraní jsou přesycená a text, obraz a zvuk se přetahují o pozornost uživatele. Výsledná změť je zmatená, a tedy i nefunkční. Právě v tomto bodě může výrazně přispět praxe, kterou známe z komiksu. V jeho vizuálním jazyce je jasně doloženo, že text a obraz mohou koexistovat a vzájemně na sebe pozitivně působit.

Hodí se doplnit, že stejně jako komiks je i GUI kombinací obrazového jazyka a textu a stejně jako komiks pracuje s oběma současně, jeden druhý doplňuje a vytváří specifický výsledek. Také GUI využívá gramatiku vizuálního jazyka a osvědčené prvky opakuje, na čemž je založen přístup rozhraní k uživateli.

ČTENÁŘ – UŽIVATEL

Jedna vlastnost komiksu, která byla nastíněna v kapitole 1.1.3, jej vyčleňuje z řady většiny ostatních médií: *„(...) je to důraz na očekávanou aktivní spolupráci čtenáře. Komiks je vlastně žánr založený na zamlčování. Nejenže nehybné a mlčenlivé obrázky nemají tutéž*

iluzionistickou sílu obrázků filmových, ale jejich spojení, jež ani zdaleka nevytváří kontinuum napodobující skutečnost, nabízí čtenáři pouze vyprávění zpřetrhané mezerami, které vypadají téměř jako významové propasti.“ (Groensteen, 2005: 22-23).

Marshall McLuhan (1991) hovoří o takovýchto médiích jako o chladných. Při studiu povahy médií vychází z předpokladu, že různá média vyžadují různý stupeň pozornosti a zapojení konzumentů. Chladná média nutí recipienty k větší míře participace, vyznačují se nízkým stavem naplněnosti dat. Jelikož je fotografie dle něj vizuálně vysokodefiniční, zatímco karikatura nízkodefiniční, neboť se zde objevuje málo vizuálních informací, je zřejmé, že i komiks by byl zařazen do chladných médií. Do stejné kategorie by pak spadal i počítač a nejrůznější aplikace či například World Wide Web.

Podle McLuhana komiks umožňuje porozumění televiznímu obrazu. Z přibližně tří milionů bodů, které se na televizi během jedné sekundy objeví, je divák schopen vstřebat pouze jejich malou část a z přibližně sedmdesáti bodů je schopen vytvořit obraz. Komiks naučil čtenáře vytvořit příběh a pochopit děj i z malého množství informací, a tak je čtenářova zkušenost velmi důležitá pro sledování televize (McLuhan, 1991: 150). Tuto McLuhanovu tezi můžeme aplikovat i na dnešní svět počítačů a rozhraní. Uživatel je na základě předchozí zkušenosti s komiksem schopen přečíst sdělení složené z pixelů. Ze širšího pohledu je pak uživatel na základě předchozí zkušenosti, především právě s komiksem, schopen vyčíst informace ze zkratkovitého stylu, který grafické uživatelské rozhraní používá.

Rozhraní usilují o to, aby na uživatele působila povědomě, jednoduše a vstřícně. „*A co je jednodušší, povědomější a vstřícnější než komiksy?*“ (Saraceni, 2003: 89).

Od uživatele rozhraní je vždy vyžadována jistá míra participace, i když je z pohledu komplikovanosti systémů a aplikací velmi zjednodušená. Nová média nemají zcela fixní obsah, uživatel proto může, či dokonce musí interagovat s počítačem nebo přístrojem. Skrze volby cest a prostředků se podílí na tvorbě obsahu a stává se tak spoluautorem. Ve sféře nových médií přestává platit předpoklad pasivního diváka, který například sedí v kinosále a izolovaně přijímá obsah filmu. Jeho vnímání odpovídá teorii pohledu, v nových médiích je vytlačována teorií divákovy kreativity a lze tak hovořit ne o jednom pohledu, ale o jejich pluralitě. Divák či uživatel si mezi nimi volí a sám je dosazuje (Szczepanik, 1998: 20). O této proměně diváka se hovoří také ve vztahu k televizi, ale především pak k počítači, kdy se tento příklon k aktivitě – k výběru a interakci – stává zcela zásadním. Zásadní je aktivita také v případě komiksu. Oproti dalším médiím vyžaduje komiks mnohem větší míru participace a aktivní rozhodování čtenáře, který je nucen výrazně domýšlet a vizuálně si dotvářet děj. Již u

komiksu tak lze hledat požadavky na silnou participaci, a tedy i výraznou spojitost mezi komiksem a grafickým rozhraním nových médií.

LIMITY

GUI se stejně jako každé rozhraní potýká s limity vlastního média. Obdobně jako je komiks či román svou původní formou určen pro tisk, jsou i film, televize, či GUI limitovány obrazovkou nebo displejem. Pohled na obrazovku GUI je však oproti filmu statický. Většinou není dynamický, pohyblivý, ale zachycuje po celou dobu téměř shodný obraz. Je proto dle mého názoru limitován silněji než právě film. Obrazovku či displej se také snaží zaplnit komplexně, maximálně jej využívá a musí brát v úvahu jeho klady a zápory. I přesto, že mnohé GUI je vlastně větší než samotný displej (pomocí posuvné lišty se přesouváme po celém jeho prostoru), uživatel vidí stále jeho konkrétní část, která odpovídá obrazovce/displeji, a designér tento fakt musí při návrhu GUI brát v potaz. Jako příklad, kdy obrazovka určuje uspořádání v rámci rozhraní, poslouží běžné uživatelské rozhraní *Microsoft Office*, kde příkaz *zavřít* – X – nalezneme v pravém horním rohu. Rohy obrazovky jsou nejnázatelnější a nejrychleji dosažitelnými body na celé obrazovce, proto zde nalezneme v podstatě všechny důležité příkazy⁴⁶.

Z toho důvodu lze předpokládat, že limity, které plynou z podstaty obrazovky a displeje, jsou velmi důležité a naprosto neopomenutelné v přístupu každého designéra GUI. V tomto směru se jeho limity blíží omezením, se kterými se potýká komiks, neboť i výsledná podoba komiksu výrazně závisí na omezení stránek. Oproti literatuře, kdy jde převážně o obsah sdělení, musí komiks zohledňovat prostor, pro který je určen. Podle něho nabývá svou formu – ať již jako strip nebo komiksový román. V rozsáhlejších díle pak pracuje s rozvržením na stránce, stejně jako GUI na obrazovce.

2.2.2 Společné prvky komiksu a GUI: Sémantická rovina

METAFORA

Metafora obecně představuje přenesení významu na základě vnější podobnosti. Využívá nějakou myšlenku nebo objekt k reprezentaci objektu jiného. Vyjadřuje implicitní

⁴⁶ Kromě příkazu *zavřít* v levém dolním rohu pole *Start* s nepoužívanějšími funkcemi; v pravém dolním rohu prostor pro používané programy, čas a doplňující informace.

srovnávání mezi koncepty na základě jejich podobnosti a snaží se do těchto konceptů získat vhled. Metafora neexistuje pouze v jazykovědě, ale je hojně zastoupena také v jazyce vizuálním, a to jak v komiksu, tak v GUI.

Podle Forceville (2007) je metafora především věcí myšlení, a ne pouze záležitostí jazyka. Forceville vytváří podkategorie vizuálních metafor, které vycházejí z jeho chápání vizuální metafor jako nahrazení očekávaného prvku něčím neočekávaným. Jedná se o typ hybridní⁴⁷, kontextuální⁴⁸, obrazové přirovnání⁴⁹ a o integrovanou metaforu⁵⁰ (podrobněji Forceville, 2007).

Tyto typy metafor se hojně objevují právě v jazyku komiksu. Komiksové metafor nejčastěji slouží k záznamu a následné interpretaci emocí. Ve studii *EMOTIONS ARE PHYSICAL FORCES* rozebírá Kövecses (2000: 20) konkrétní případy zobrazení zlosti. Přes vykulené oči, doširoka otevřená ústa, rudý obličej, třas, pozice rukou až po linie ve formě spirál, roztřesených linek či kouře z uší – to vše a mnoho dalšího může v komiksu značit jednu jedinou emoci (podrobněji Kövecses, 2000). Zároveň Kövecsesova studie poukazuje na různorodost a gradaci, se kterou se dá zlost či vztek zaznamenat, a dokazuje tak širokou škálu metafor při znázornění jedné konkrétní emoce. Celkově se dá ztvárnění emocí v komiksu rozdělit minimálně do následujících kategorií (Forceville, 2007):

1. Ikonické informace vycházející z obličejových gest a pohybů těla
2. Obrazové znaky
3. Vlastnosti bublin
4. Piktogramy
5. Forma panelu, layout

Komiksoví autoři vytvořili širokou paletu nejrůznějších metafor, které čtenáři usnadňují pochopit obsah. Jsou silně expresivní, mnohdy přehnaně zvýrazněné a velmi často vycházejí z již zažitých klasických slovních metafor (např. „politika je hra“, „život je jeviště“).

⁴⁷ Hybridní kombinace spojuje dva prvky, které spolu na první pohled nesouvisí a vycházejí z rozdílných oborů. Působí jako části různých domén, ne jako dvě části jednoho celku.

⁴⁸ Objekt je vnímán jako něco jiného na základě nového vizuálního kontextu.

⁴⁹ Objekt je umístěn juxtapozičně vedle objektu z jiné kategorie. Ten mu dodává metaforický význam.

⁵⁰ Objekt se natolik podobá jinému objektu, že jej připomíná i bez nápovědy, kterou mu může změna kontextu přinést.

Také v interakčním designu se setkáváme se značným množstvím metafor, komunikace mezi uživatelem a počítačem či jiným interakčním zařízením je na nich do značné míry postavena. Metafory usnadňují pochopení systému, jeho funkce i ovládání, díky tomu, že napodobují prvky reálného, fyzického světa. Lidé při setkávání s něčím novým vždy vycházejí z předchozích zkušeností a metafory v GUI jim tak usnadňují učení, orientaci i formování představy o nějakém systému a následně udržení této zkušenosti či představy (Szabó, 1995).

Asi nejběžnějšími příklady metafor v interakčním designu jsou metafora létání⁵¹, využívaná v oblasti počítačových her, metafora psacího stroje a především metafora pracovní plochy⁵². Metafora pracovní plochy⁵³ je metaforou organizační. Připodobňuje počítač k fyzickému prostředí kanceláře a klade monitor počítače do postavení pracovního stolu. Pracuje s prvky, jež známe z fyzického prostředí kanceláře – textový dokument kopíruje vzhled listu papíru; objevují se složky, poznámkový blok, odpadkový koš apod. Na ikoně odpadkového koše lze dobře osvětlit celistvost, s jakou metafora v GUI na uživatele působí. Nutí jej pracovat s košem jako v reálném prostředí: kurzorem lze vybrat jisté dokumenty a doslova je *vhodit* do odpadkového koše. S metaforou psacího stolu se v počítači setkáváme také na úrovni slovní, například právě v případě koše, kdy nám operační systém místo klasického *smazat* nabízí možnost *vysypat koš*.



Obr. 23. Ikona odpadkového koše.

Od počátku 21. století zahrnuje informatika novou metaforu, a to tzv. *Cloud Computing*, založenou na internetovém propojení. V tomto novém modelu nejsou data a nástroje umístěny v jednom systému, ale vznášejí se někde v mraku. *Cloud Computing* umožňuje využívat program, aniž by jej měl uživatel nainstalovaný, může jej pomocí webového prohlížeče využívat prakticky odkudkoliv.

⁵¹ Jejím účelem je co nejrealističtější vzhled virtuálního světa.

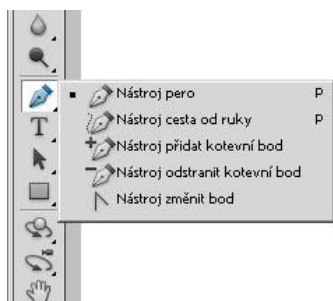
⁵² Někdy též metafora pracovního stolu nebo psacího stolu.

⁵³ Metafora pracovního stolu se vyvíjela po několik dekad. V padesátých letech 20. století vznikly datové složky, v letech šedesátých hierarchické řazení a samotný metafora psacího stolu v následujícím desetiletí. Prvním komerčně dostupným počítačovým systémem postaveným na metafoře psacího stolu byl *Xerox STAR* z roku 1981.

METONYMIE

Nelze opomenout ani další trop, metonymii, i když zmínky o ní v souvislosti s novými médii a grafickým uživatelským rozhraním i komiksem jsou více než sporadické. Metonymie je přenesení významu na základě věcné souvislosti, tedy na záměně významů. Pracuje v rámci jednoho významového plánu a často mívá podobu záměny části za celek, nebo celku za část⁵⁴, nebo může být označovaná věc reprezentovaná svým atributem. Ve filmu jsou jednotlivé záběry metonymiemi jednotlivých úseků děje (Reifová, 2004: 143) a zároveň se metonymie používá v případech, kdy se nejedná o doslovné vyjádření děje.⁵⁵

Podle Cohna (2007) můžeme o metonymii hovořit v případě, kdy jednotlivé obrazy konstruují širší celek tím, že ukazují pouze část. Obdobné schéma lze hledat také u GUI, např. u záložek a pod-nabídkách. Jednoslovná textová navigace v sobě skrývá mnoho dalších informací a funkcí, které uživatel odhadne již při prvním kontaktu s programem nebo aplikací. Dle mého názoru můžeme o metonymii hovořit také v případě šipek skrývajících další nabídky. V podstatě se jedná o jednoduchý trojúhelník, který směřuje vrcholem dolů, popř. do strany. Nejen, že uživatel ví, že zastupuje šipku, tuší také, že se za ní skrývají další možnosti výběru. Stačí označit kurzorem a nabídka se zobrazí.



Obr. 24. Metonymie v grafickém uživatelském rozhraní na příkladu programu *Photoshop*.

K sémantické otázce komiksu a GUI, která zde byla načrtnuta, je třeba dodat, že oba trophy – tedy metafora a metonymie – lze kombinovat a mnohdy není snadné je od sebe rozeznat. Zároveň není ojedinělé, že spolu dohromady koexistuje metafora vizuální a slovní a jedna podtrhuje význam druhé.

⁵⁴ Tento typ metonymie se nazývá synekdocha.

⁵⁵ Jako příklad může sloužit scéna, kdy záběr snímá sestřičku, jak podává skalpel. Supluje, metonymicky nahrazuje doslovný záběr na doktora provádějící operaci.

2.2.3 Společné prvky komiksu a GUI: Vizuální rovina

ZJEDNODUŠENÍ

Základním principem grafického uživatelského rozhraní i komiksu je zjednodušení, a to nejen po stránce vizuální. Přesto právě na vizuální stránce je toto zjednodušení nejvýraznější a nejvíce patrné.

GUI musí být srozumitelné pro uživatele, musí vycházet ze známých prostředků a stylů. Od veškerých tlačítek a nabídek se proto očekává, že budou mít co nejjednodušší podobu, protože v GUI není prostor pro nadbytečné informace. V tomto bodě lze nalézt paralelu s komiksem, neboť ani v tomto médiu není prostor pro irelevantnosti. McCloud doslova hovoří o komiksu jako formě zdůrazňování prostřednictvím zjednodušení (2008: 30). Komiks nemůže pracovat s detailními kresbami, nebo si to může dovolit pouze výjimečně. Jak bylo uvedeno v kapitole 2.2.1, schematičnost a zjednodušení jsou jedněmi ze základních praktik jeho vyjadřovacího jazyku, neboť na úrovni ztvárnění postav vedou čtenáře ke ztotožnění se s nimi a k jeho intenzivnějšímu zatažení do děje.

Komiks má na sdělení relevantních informací znatelně méně prostoru než další média, jakými jsou například film nebo kniha. Jeho příběh ze své podstaty skrývá nevyřčené, čtenáři je vždy ponechán prostor pro vlastní imaginaci, zároveň je veden jasností a srozumitelností obrazu a textu. Nezbytně se objevuje požadavek opakování a znalost postupů, ze kterých čtenář při sledování příběhu vychází. Záměr designéra grafického uživatelského rozhraní je z tohoto pohledu stejný. Designér usiluje zejména o jasné sdělení základních principů orientace v systému a jeho ovládání. Na srozumitelnosti a přístupnosti rozhraní stojí celý vztah uživatele k danému softwaru, aplikaci či přístroji, neboť rozhraní je jediným prostředníkem mezi jím a člověkem.

Samotným principem vizuálních informací obsažených v GUI je jejich redukce. Data jsou abstrahována a sumarizována, uživateli není zpřístupněna změť čísel a dat, ze kterých se každý systém skládá. Je mu předložena zjednodušená verze, která je navíc zasazena do kontextu jemu blízkému. Proto se tak často v GUI používají metafory (podrobněji 2.2.2), propojenost s reálným světem umožňuje přiblížení uživatele k systému.

V rámci zjednodušování také nutně dochází ke zvýrazňování určitých objektů, či částí, na úkor prvků jiných. V komiksu se tento fakt objevuje především u postav a zvýraznění jejich vlastností a charakteristik. V GUI pak slouží, většinou v podobě barevného odlišení, k zorientování, kde se uživatel v danou chvíli nachází. Zvýraznění jisté části mnohdy nastává po jejím kontaktu s kurzorem.

SEKVENČNOST

Komiksu a GUI je také společná sekvenčnost. Sekvence jako soustava minimálně dvou vjemů, které jsou v určitém vztahu, je samotnou podstatou komiksového média. Juxtapoziční uspořádání obrazů a jejich čtení jako celku je pro něj zcela zásadní. V prostoru mezi jednotlivými panely i jejich celky usiluje o přenesení sdělení pomocí oddělených a ucelených obrazů (McCloud, 2008: 67). Sledováním jednotlivých obrazů dochází k dotváření pohybu postav a k vývoji v ději. Sekvenční čtení je zároveň základní logikou výpočetní techniky, kdy je z dílčích bloků sestavován celek.

Sekvenčností je charakterizována jakákoliv práce s digitálními daty, která mohou reprezentovat text, obraz i zvuk. Samotné GUI pak poskytuje sekvenčnost tím, že na obrazovce či displeji rozmisťuje různé elementy, které nutí pohybovat uživatelské oko po obrazovce tak, jak je zamýšleno. Správně navržené GUI by to mělo provádět logickým, rytmickým, efektivním a na první pohled zřejmým způsobem. Vznikla jistá pravidla, která přitáhnou oko uživatele a nasměrují ho tam, kam je zrovna potřeba. Jde například o elementy s jasem, ty jsou viditelnější a působí výrazněji než méně jasné elementy. Stejně tak izolované předměty upozadí skupiny předmětů, barvy černobílou verzi, či grafika text (podrobněji Galitz, 2002: 122).

Sekvenčnost lze doložit příkladem lišt a menu. Jedná se o řazení ikon, které musí působit konzistentně stylem, úrovní stylizace, barevností i velikostí, nebo o následnost slovní, složenou z krátkých a výstižných hesel.

Sekvenčnost úzce souvisí s fragmentací, tedy rozpadu celku na dílčí objekty nových médií i komiksu. Fragmentace nahrazuje lineárnost obrazu a vyprávění bezčasovými fragmenty obrazu. V GUI mohou mít podobu pixelů, ale jak bylo popsáno, nalezneme je i na vyšší úrovni. V komiksu je zachycena panely a většími segmenty, jako je strip, stránka a dvoustrana.

RÁMOVÁNÍ

Podoba grafického uživatelského rozhraní vychází do značné míry z různých typů rámování. Základní rámování, které je nadřazeno rámcům ostatním, je samotný fyzický prostor přístroje, který je pro rozhraní poskytnut. V případě počítače jde o obrazovku, o obdélníkový výsek. Rám výrazně dělí prostor na část uvnitř a vně a bývá považován za jakési okno do světa. Omezení, která z velikosti, tvaru a možností obrazovky pramení, jsou nastíněna v sekci

ČTENÁŘ – UŽIVATEL, ale fyzický tvar média není zdaleka jediným rámováním, se kterým se GUI a komiks potýkají.

Pro komiks jako sekvenční umění je orámování naprosto nezbytné (existují sice i panely bez rámu, ale objevují se velmi výjimečně). Jelikož i GUI pracuje se sekvenčností a fragmentací, i zde je rámování na různých úrovních nezbytnou součástí jeho vyjadřovacího jazyka.

Layout

Právě grafická kompozice vzhledu komiksové stránky výrazně ovlivnila layout rozhraní. Nejčastějším uspořádáním panelů v komiksu na stránce a dvoustránce bývá rozmístění, jež usiluje o pokrytí celého možného prostoru. Snaží se o maximální využití místa, které mu jeho médium, tisk, dopravá. Paralela s GUI se přímo nabízí. I zde se pracuje s možnostmi obrazovky či displeje a výsledný layout je s komiksovým rozmístěním příbuzný. Layout GUI se komiksu podobá také ve schematizovaném nákresu, zjednodušení a stylizaci.

Zásadními prvky v layoutu jsou pozice textu, jež by měly sledovat přirozenost pohybu oka, vyvážená kombinace volného místa a detailů, stejně tak jako proměnlivá velikost objektů dodávající obrazu iluzi třetího rozměru. Tyto principy jsou využívány jak v návrhu grafických rozhraní, tak v konstrukci WWW stránek. Pro funkční řešení GUI je rozmístění prvků, jako jsou menu, lišty, nadpisy apod., naprosto stěžejní a je třeba se jim věnovat od samého počátku.

Tvůrce layoutu vychází ze stejných psychických vlastností a schopností uživatele jako autor komiksu. Mezi nejpoužívanější patří tzv. *closure*, v českém překladu ucelení – tedy fakt, že jednotlivé části celku nemusejí být vždy viditelné (podrobněji McCloud, 2008). Části umožňují čtenáři/uživateli domýšlet celek a pochopit kontext. Jedním z typů ucelení je místo mezi panely, mezera, a ten je základním komponentem jak v komiksu, tak rozhraní (podrobněji Buxton, 2007).

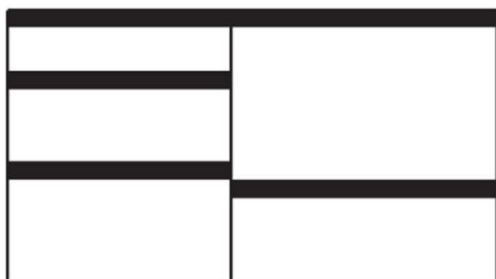
Okna

Okno je prostor na obrazovce, většinou obdélníkového tvaru, definovaný rámem, který tak tvoří výřez daného prostoru. Může s ním být většinou volně manipulováno, lze jej zvětšovat, zmenšovat, přemísťovat. Okna obsahují rozdílné množství informací a slouží k jejich strukturaci. V momentě, kdy se na obrazovce či displeji objeví větší množství informací, orientace v nich by byla složitá a nepřehledná. Okna strukturují funkce a úkoly, přinášejí snazší ovládání a kontinuitu práce. Zároveň prezentují různé úrovně informací (s různým

zaměřením na detaily), jejich rozdílné druhy a jejich sekvenční prezentaci. Ve stejný okamžik, s různou důležitostí, šířkou obruby, barvou, se objevují na displeji. Plní obdobnou funkci jako panely v komiksu. I zde rámy segmentují sdělení a každý panel značí rozdílnou důležitost v rámci celku, stejně tak přináší rozdílný záznam detailů.

S komiksovým jazykem se shodují také styly prezentací oken. Ty jsou v zásadě tři (podrobněji Galitz, 2002: 348 - 351):

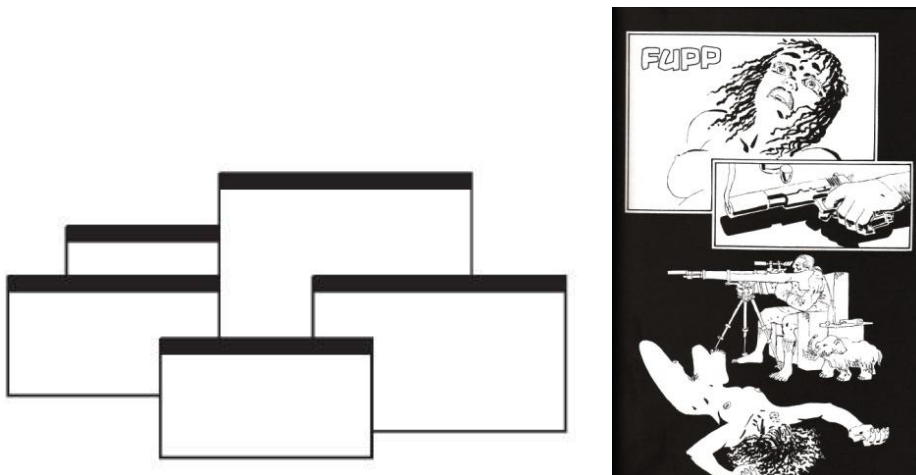
1. **Dlaždicový styl** zobrazuje všechna okna najednou. Uživatel většinou nerozhoduje o umístění oken, rozmístění bývá automatické, doplňuje jednotlivá okna do určitého tvaru. Otevřená okna jsou stále vidět, nelze je přehlédnout, nemohou se nikam ztratit, zapadnout. Toto rozmístění umožňuje snadné ovládání, zajišťuje přehlednost, ale je limitováno množstvím oken, jež mohou být najednou zobrazena. Dlaždicový styl odpovídá typickému komiksovému rozmístění panelů na stránce. I přes mnohé experimenty převládá právě toto rozmístění, které téměř bez výhrad zaplňuje celou plochu, která je komiksu věnována.



Obr. 25. Dlaždicový styl v GUI (Galitz, 2002: 349) a jeho obdoba v komiksu (Marvel Comics, 2001: 2).

2. Druhým stylem prezentace oken je **překrývání**. Dává oknům pocit prostorovosti, 3D efekt. Jednotlivá okna leží jedno na druhém a překrývají se. Uživatel sám dle vlastních preferencí volí uspořádání oken, jednoduše mění jejich velikost a umístění. Tento styl nepůsobí vizuálně tolik naplněně, nevyužívá celý prostor.

Působí volnějším, přirozenějším dojmem, ale nezaručí, že některé okno nebude přehlédnuto. V komiksu, především v anglo-americké větvi, lze nalézt obdobné uspořádání.



Obr. 26. Styl překrývání v GUI (Galitz, 2002: 350) a jeho obdoba v komiksu (Miller, 2004: 133).

3. Třetím stylem je **uspořádání kaskádové**, které vzniklo kombinací výše uvedených případů. Jedná se o speciální typ překrývajících se oken, kde jsou okna automaticky poskládána pravidelně. Žádné okno není zcela zakryté, všechna jsou alespoň částečně viditelná. Toto upořádání působí vizuálně jednoduše a čistě a umožňuje rychlé a přehledné přemístění jakéhokoliv okna do popředí. V komiksu tento typ není příliš běžný, ale i tak ho lze nalézt.



Obr. 27. Kaskádový styl v GUI (Galitz, 2002: 351) a jeho obdoba v komiksu (Miller, 2004: 71).

Na počítačová okna lze také vztáhnout Groensteenovy (2005: 58) funkce rámečku v komiksu (podrobněji kapitola 1.2.1). Okna, resp. jakýkoliv typ rámování v rámci grafického zobrazení na počítači, rozhodně mají funkci **ohrazení**, **separační** a **lekturální** – i u GUI značí rámeček místo, kde je umístěna informace k dešifrování. Rámeček volá k pozastavení, ohraničuje informace souvisejícího významu a je prostorem nabádajícím ke zpomalení, ke zvýšení pozornosti uživatele. Na GUI lze aplikovat také Groensteenovu (2005: 64)

struktuurotvornou funkci rámečku. I u rozhraní převládá rámování ve tvaru obdélníku, což vychází z pozice celé obrazovky, která je taktéž obdélníkového tvaru, a zároveň z přednosti obdélníku, který lze dobře kombinovat v celek. Nalézt můžeme také **expresivní** funkci, která se týká modality obrysové čáry rámečku. U počítačového GUI nebývá vyjádřena ručně kreslenými prvky (jako je roztřesenost), ale využívá barvy, jasů nebo rozdílně barevné či výrazné rámování. V GUI tato funkce většinou neslouží k vyznačení napjaté situace nebo kulminace děje, jak je tomu u komiksu. Výrazné prvky slouží k orientaci, v jaké části se uživatel nachází, co aktuálně využívá, ukazují současný stav daného programu, či jeho funkce. Šestá Groensteenova (2005: 66) funkce – **rytmická** – vychází ze základního určení komiksu, tedy z faktu, že je určen pro čtení. V GUI má rytmika podobu plynulého přechodu a logické návaznosti.

Panely

Panel v GUI představuje komponent, který usnadňuje orientaci a přináší větší přehlednost tím, že vizuálně seskupuje spřízněné funkce. Panel může obsahovat další panely nebo skupiny tlačítek, stejně jako šipky, posuvná ovládání či kontextová menu. Panel je ze své podstaty vizuálně odlišen od okolních prvků GUI, i na této úrovni se tak setkáváme s rámováním.

IKONY

Ikona je piktogramem, který se zobrazuje na počítačové obrazovce či jiném displeji, a slouží k navigaci. Jedná se o drobný obrázek, symbol, usilující o co nejintuitivnější reprezentaci nástroje softwaru a umožňuje jeho co nejsnazší a nejrychlejší ovládání. Je další ze základních součástí WIMP (podrobněji kapitola 2.1.2) a slouží jako zkratka akcí, které mají být počítačem provedeny. Ikony mívají obdobné ovládání jako tlačítka, stisknutím či kliknutím se započne jejich funkce nebo otevře okno.

Některé často používané ikony jsou vzaty ze širšího pole standardizovaných ikon, používaných napříč širokým spektrem interakčních přístrojů. Příkladem může být ikona On/Off nebo USB. Jejich design bývá začleněn jak do vzhledu hardwaru, tak softwaru. Kromě těchto standardizovaných ikon se v počítačovém prostředí setkáváme s ikonami metaforickými (podrobněji kapitola 2.2.2), především s metaforou pracovní plochy, kdy ikony v podstatě umožňují uživateli chovat se přirozeně, tak jak to dělá v reálné pracovní kanceláři. V neposlední řadě se objevují ikony v podobě log, jež slouží k odlišení značek v komerčním

prostoru. Jsou úzce propojeny s produktem, který zastupují, ale jejich funkce je obdobná jako u klasických ikon.

Oproti ikonům v sémiotickém významu⁵⁶ vstupují počítačové ikony do různých vztahů k tomu, co reprezentují. Může se jednat o vztah podobnosti⁵⁷, symbolický⁵⁸, příkladový⁵⁹, arbitrární⁶⁰ a analogický⁶¹ (podrobněji Rogers, 1989).

Výsledná podoba ikon vychází z velikosti displeje přístroje – standardně mají velikost jednoho palce. Musí být jednoduché, zapamatovatelné a zůstat rozpoznatelné v rozdílných grafických rozlišeních a ve velikostech obrazovky. Dále by měly zůstat konzistentní ve velikosti, barvě, metaforičnosti i ve stupních reálnosti⁶². Měly by být čisté, jasné, jednoduché, přímé, efektivní a srozumitelné. Právě na základě těchto požadavků se vyjevuje podobnost mezi vzhledem ikon a komiksových prvků.

Se čtením a rozpoznáváním počítačových ikon značně napomáhá vizuální jazyk komiksu. „*Komiksové obrazy použité jako ikony na ploše nebo tlačítka na panelech nástrojů a menu mají za cíl porozumět rozhraní a učinit jej zapamatovatelným*“⁶³. Počítačová vizualita je doslova postavená na používání známých objektů, uživatel se v programech setkává s prvky, které již zná, ať již v podobě metafor, nebo právě z jazyka komiksu. Společné komiksu a GUI, konkrétně ikonám, jsou schematičnost a výrazná stylizace. Kvůli standardní velikosti ikon a jejich mobilitě je třeba využívat velmi zjednodušené kresby. Prostor není dostatečně velký, aby umožňoval podrobnou kresbu, zároveň detailní znázornění není záměrem ikon. Detaily by naopak mohly uživateli znesnadňovat pohyb po GUI, jde především o pochopení smyslu a o jeho srozumitelné ztvárnění. Stejně jako u jazyka komiksu, je i u ikon kladen důraz na obrysové linie. Kontury a tvar jsou u rozeznávání ikon nejdůležitější.

⁵⁶ Význam je vytvářen na základě podobnosti.

⁵⁷ Obraz vypadá jako to, co znamená.

⁵⁸ Obraz je abstraktní.

⁵⁹ Obraz ilustruje příklad, nebo charakteristiku, vlastnost.

⁶⁰ Obraz zcela arbitrární, jeho význam musí být naučen.

⁶¹ Obraz fyzicky nebo sémanticky asociovaný.

⁶² Zda se jedná o fotografické vyobrazení, kresbu, karikaturu, či siluetu.

⁶³ Vlastní překlad: „*Cartoonlike images used as desktop icons or as a button on toolbars and menu-bars have the objective of making the interface easy to understand and to remember.*“ (Saraceni, 2003: 89).

Ikony tedy pracují se zjednodušenými vizuálními obrazy a také se stereotypizací. To je dobře patrné z elektronické komunikace, ukrývají se za ikonou obálky. O emailu uvažujeme v konceptuálním rámci tradiční pošty, ovšem fakticky mají tyto dva způsoby komunikace k sobě velmi daleko. Pouze idea sdělování informací je shodná, a ta by se dala vyjádřit mnohými dalšími způsoby. V tomto příkladu, ale i v dalších (například využívání bílé stránky papíru v programu *Microsoft Office*⁶⁴, nebo funkce *Uložit*⁶⁵) vycházejí ikony z reálné zkušenosti uživatele. Lze tak hovořit jednak znovu o metaforickém znázornění, ale také o stereotypizaci, kterou GUI podporuje.

Ikona využívá primárně symbolický jazyk a usiluje o nezávislost na jednotlivých kulturách a jazycích. Také tato snaha o univerzálnost GUI a komiksu je shodná. Ideálně jsou ikony rozpoznatelné bez textového doprovodu, bez bližšího určení. Stejně tak je většina komiksů srozumitelných mezinárodně a lze je pochopit bez rozdílů kulturních zázemí⁶⁶. Problém univerzality GUI se může objevit u specifických symbolů, čísel, barev nebo například gest rukou. V naprosté většině případů je ale symbol ukrytý za ikonou rozpoznán právě tak, jak bylo zamýšleno. Jeho návrh ostatně vychází z lidské zkušenosti v jiných oborech. U nejasných případů se pak používá textový komentář.

Emotikony

Za specifický typ ikon, ovšem pouze na základě vizuální podobnosti, je někdy považován emotikon⁶⁷, neboli smajlík. Emotikony nemají stejnou funkci jako ikony, nerepresentují funkci nebo program, nesou význam sami o sobě. Jsou piktogramy zakomponovanými v textu, vystupují jako jeho doplněk pro přesnější vyjádření emocí uživatele. Na emotikonech je velmi dobře patrná podobnost GUI a komiksu. Obličej je v komiksovém jazyce jedním z nejvýznamnějších nositelů významu. Právě emoce zaznamenané ve výrazech obličeje v komiksu slouží k popsání nálady a pomáhají čtenáři

⁶⁴ I přesto, že počítače otevřely cestu mnohdy lepším způsobům prezentace informací, které přesahují možnosti papíru.

⁶⁵ Funkce *Uložit* je ukryta v ikoně zobrazující disketu, a to i přesto, že se nejedná o ukládání dokumentu na disketu.

⁶⁶ Zajímavé je v tomto směru srovnání komiksu západní a východní kultury, který se svými výrazovými prostředky, především vyjádřením časovosti, velmi liší. I přesto je dokázáno, že čtenář komiks z cizí kultury pochopí a brzy přijme i jeho vyjadřovací jazyk.

⁶⁷ Poprvé se začaly používat v 80. letech 20. století kvůli nedostatku místa v elektronické poště.

ztotožnit se s postavami. Smajlíci jsou stejně univerzálně platní jako zobrazené emoce v komiksu, jsou obdobně zkratkovité a stylizované.

DALŠÍ VIZUÁLNÍ PRVKY

Společné vlastnosti komiksu a ikon lze přenést také na ovládací prvky. Posuvné lišty, menu, řádky nabídek a tlačítka jsou taktéž internacionálně interpretovatelné, zjednodušené a jasně rozpoznatelné.

V GUI lze také narazit na využití postav, i když ne příliš často. Postavy, nebo personifikované předměty pak většinou mají úlohu průvodce ovládáním, jakéhosi pomocníka. Personifikovaný obraz ve většině případů slouží k vedení dialogu mezi uživatelem a programem – například zodpovídá otázky. Příkladem může být postavička kancelářské svorky radící uživatelům *Microsoft Office Word*, nebo se s postavami můžeme setkat u značek produktů, softwaru (např. *Gimp*).

Nepopíratelnou inspiraci GUI v komiksu nalezneme také u bublin. Bubliny jakožto základní charakteristika komiksu (podrobněji kapitola 1.2.3) slouží i v GUI k zachycení promluvy, ve většině případů mají povahu rádce, nebo jako zkratka pro poznámky. „*Pomocné bubliny pocházejí přímo z jazyka komiksu a lze je považovat za počítačovou verzi řečové nebo myšlenkové bubliny*“⁶⁸.

TEXT

GUI i komiks jsou založeny na interakci textu a obrazu. Vizuelní a textová vrstva spolu podle potřeby navazují různé vztahy. V komiksu může text nabývat následujících hodnot (Eisner, 1985):

- Obraz doplňuje o další hodnotu, což dodává filmový pocit.
- Sdělení textu je na stejné úrovni jako sdělení obrazu.
- Text zvyšuje hodnotu obrazu, dodává mu další význam.
- Text je k obrazu paralelní, neprolíná se s ním, není s ním spojen.
- Text je součástí obrazu, jedná se o montáž obrazu a textu.
- Obraz a text jsou natolik provázané, že by jeden bez druhého neměly význam.

⁶⁸ Vlastní překlad: „*Help balloons come directly from the language of comics, and can be considered computerised versions of speech and thought balloons*“ (Saraceni, 2003: 90).

Obdobně různorodý může být i vztah textu a obrazu v grafickém rozhraní. V různých rozhraních a funkcích dosahuje adekvátních poměrů. V návodu a ve vysvětlujících částech GUI převažuje prvek textový a mívá paralelní význam k obrazovým prvkům. Ve většině případů však u komiksu i GUI převažuje obrazová složka. V komiksu bývají abstraktní obrazy doplněny konkrétnějšími slovy a výsledně tvoří specifický jazyk komiksu. Obrazy jsou srozumitelné v podstatě ihned, zatímco pochopení textu zabírá čtenáři delší čas. V komiksu proto text většinou slouží jako doplnění k obrazu, ovšem ve většině případů nemůže být toto doplnění opomenuto. Obraz sám o sobě by nedával stejný nebo tak výstižný význam. V GUI převažuje vizuální stránka ze stejných důvodů jako v komiksu. I zde se mnohdy setkáváme s ilustrativním obrázkem, ikonou, doplňkovou vysvětlujícím textem.

Grafické uživatelské rozhraní pracuje s velkým množstvím rozličných fontů, u jejich výběru převažuje požadavek na dobrou čitelnost písmové rodiny. Většina designérů sahá v počítačovém prostředí po písmu bezpatkovém, alespoň v textu informačního charakteru. Oproti komiksu se v GUI objevují převážně písma určená k tisku, což vychází ze samotné podstaty média. I přesto není opomenuta vizuální hodnota textu. U GUI není výjimkou, že text nese nejen symbolické hodnoty, ale že je hodnocen také jako znak vizuální (např. styly písem u *Microsoft Office Word* – písmeno **B** jako zkratka pro funkci *bold*, tučně, zároveň demonstruje výsledek funkce). I v případě GUI tak jde někdy o obsah a jindy spíše o vizuální stránku. Přitom literární kultura vycházela z vizuality slov jen výjimečně (například obrazové básně). V tomto směru rozhodně přispěl komiks, neboť ten vedl k uvědomění si důležitosti vizuální stránky textu a její velkou roli pro význam (Adamovič, 2003).

V komiksu bývají emoce podpořeny či dokonce výhradně zaznamenány pomocí ručně psaného textu. U grafického rozhraní nelze hovořit o ztvárnění emocí, ale přesto se objevují prvky, které dodávají větší význam určitým sdělením na úkor jiných. I zde bývá využito tučné písmo, kurzíva, změna barvy písma či podtržení.

Co z komiksu nepopíratelně vychází, je značné množství obrazových fontů používaných v počítačových programech a dalších aplikacích. To ale nelze považovat za směrodatné vzhledem k tématu práce. V současné době totiž existuje nepřeberné množství písmových rodin a fontů, jejichž inspiraci lze najít v podstatě v jakémkoliv prostředí.

3. PŘÍPADOVÁ STUDIE GUI VYCHÁZEJÍCÍ Z VIZUÁLNÍHO JAZYKA KOMIKSU

Tato kapitola přináší rozbor konkrétního grafického uživatelského rozhraní na základě prvků vizuálního jazyka komiksu, které byly vytyčeny v kapitole 2.2.3. Cílem studie je na konkrétním rozboru prokázat souvislosti mezi GUI a komiksem a potvrdit tak základní tezi této práce, tedy to, že GUI čerpá z vizuálního jazyka komiksu a dále ho rozvíjí.

Příklady i celá případová studie slouží jako ilustrační. Tato kapitola se nesnaží podrobně zachytit a popsat všechny prvky GUI vybraného softwaru, ani podat vyčerpávající výčet znaků, jež dokazují spojitost mezi GUI a komiksem. Ilustruje četnost úrovní, na kterých se GUI s komiksem potkávají, a nahlíží na GUI z jiného úhlu. Snaží se na něj aplikovat poznatky z vizuálního jazyka komiksu a uvažovat o něm v jeho rámci. Důkladnější a konkrétní rozbor na základě vizuálního jazyka komiksu může odkrýt nové souvislosti, a výrazně tak přispět do diskuse o budoucnosti podoby GUI.

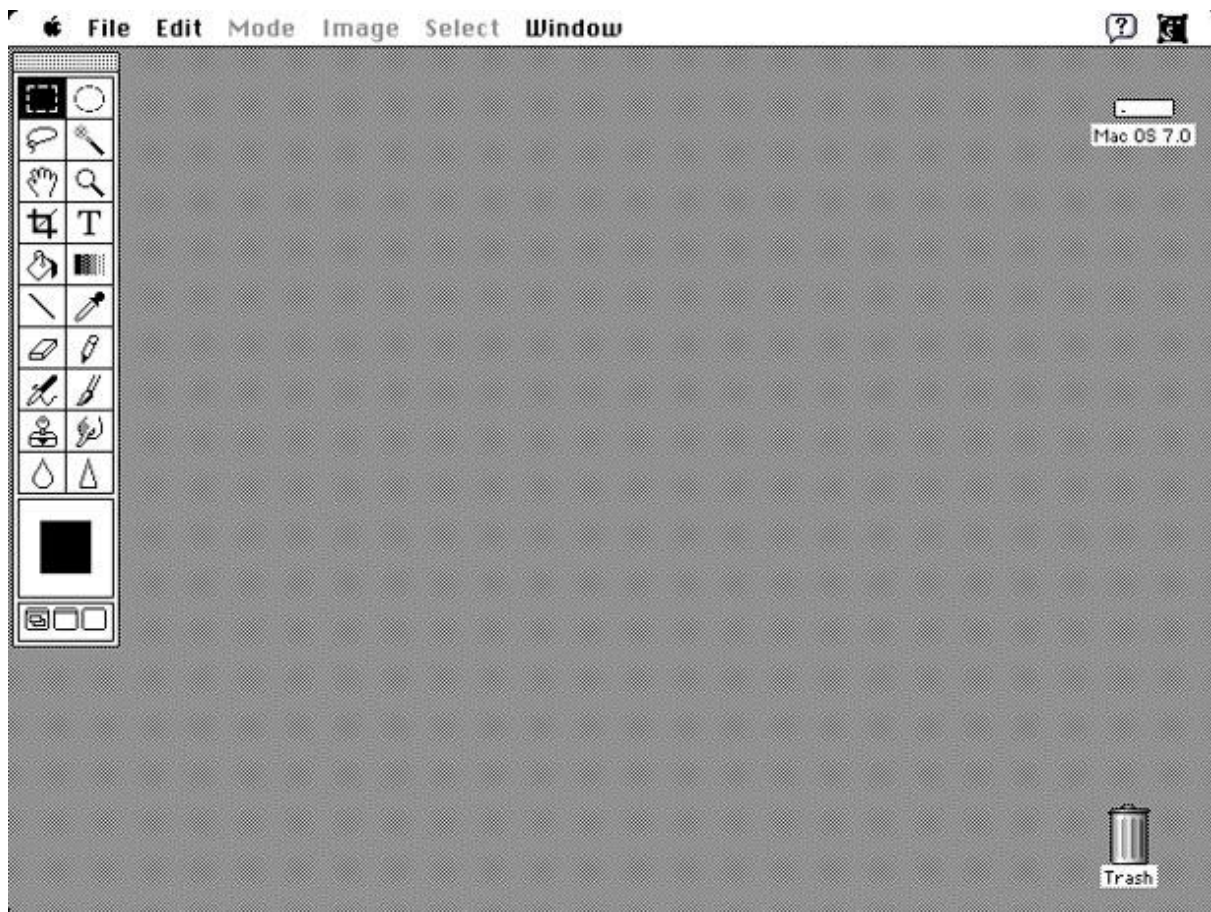
Předmětem případové studie je *Adobe® Photoshop® CS5* (dále jen *Photoshop*), vydaný v roce 2010. Analýzu jsem provedla na platformě *Microsoft Windows*, což do určité míry může vzhled softwaru ovlivňovat. Verze pro *Apple Macintosh* se může v jistých prvcích lišit, *Photoshop* přejímá obecné znaky obou platforem. Základní idea a stěžejní prvky softwaru *Photoshop* jsou ovšem stejné.

Photoshop byl vybrán jako zástupce počítačového GUI, které vychází ze známých pravidel a prvků. Je poměrně klasickým představitelem a poznatky ze studie softwaru *Photoshop* mohou být do značné míry vztaženy i na GUI dalších počítačových programů.

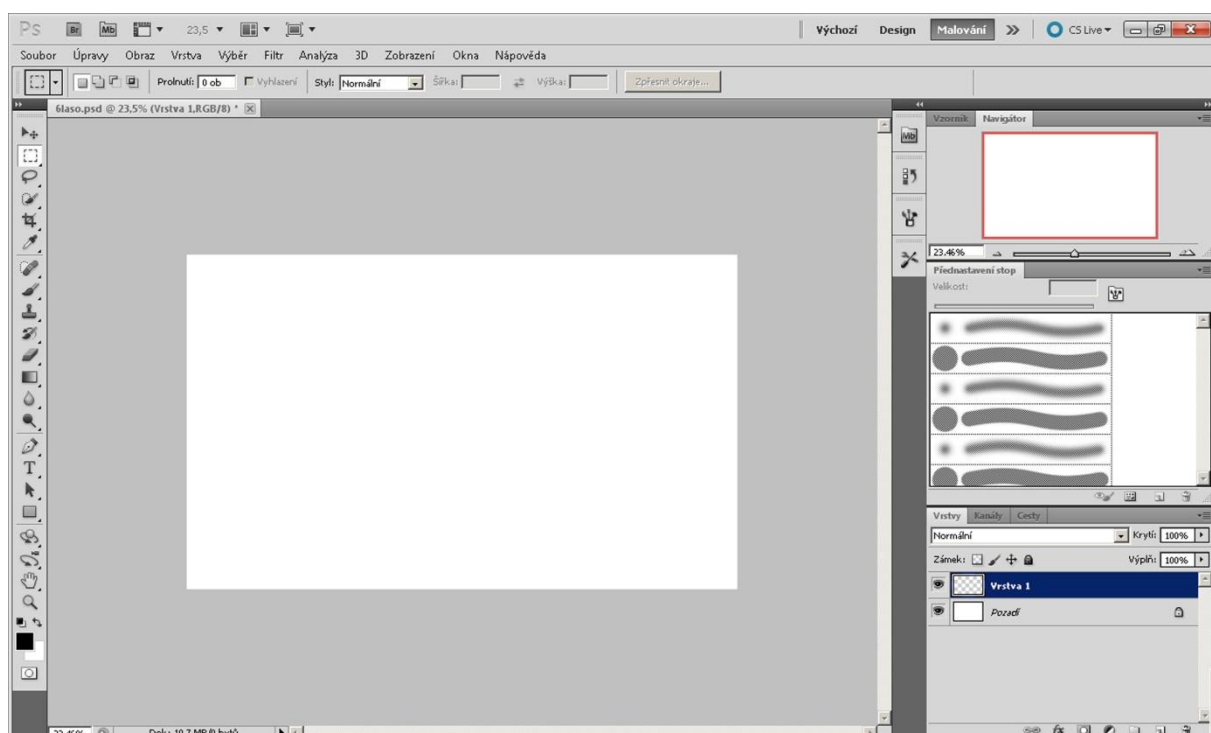
Studie

Adobe Photoshop je počítačový program na tvorbu a úpravu bitmapové grafiky. V únoru 2010 oslavil dvacetileté výročí, od verze 1.0 se vyvinul až do verze 12.1, od května 2011 je na trhu pod názvem *Adobe® Photoshop® CS5.5*⁶⁹. Z poměrně jednoduchého programu, který uměl několik základních funkcí potřebných pro práci s grafikou a fotografiemi, se za dvacet let vyvinul komplexní software s obrovským množstvím funkcí.

⁶⁹ Tato verze je téměř totožná s *Photoshop CS5* verzí 12.0.4, která bude předmětem případové studie. Verze CS5.5 obnovila svou vnitřní strukturou a otevřela si tím cestu pro aplikace a přístroje jako je iPad, Android a další.



Obr. 28. Photoshop verze 1.0.



Obr. 29. Photoshop CS5.

Stále si ale uchovává co největší jednoduchost. Kromě toho lze z jednotlivých verzí vyčíst také tendenci zachovat neutralitu pozadí, která *Photoshop* provází od samého počátku. Například verze CS1, 2, 3 měla okna modrá, která na šedém pozadí vyvstávala a působila výrazněji. Kontrast mezi rámem okna a jeho výplní byl výraznější a razantně je odlišoval jedno od druhého a od ostatních funkcí programu. Verze programu ale, pokud je porovnáme s nejaktuálnější verzí, působily lehce vizuálně přesyceně. Barevnost působila komplikovaně a mohla uživatele mást. V současné době tedy tvůrci programu *Photoshop* opět usilují o co největší neutralitu. I přesto, že neustále přibývalo funkcí a program byl stále zdokonalován, záměrem zůstala snaha ulehčit uživateli práci a usnadnit orientaci. Designéři GUI *Photoshop* se snažili uchovat jednotný charakter a logické a přehledné členění, velký krok tímto směrem nastal u přechodu z verze CS3 na CS4, kdy byla výrazně zpřehledněna horní lišta. Byly vytipovány nejpoužívanější funkce a u nich výrazně zjednodušená hierarchizace. Zároveň se nejaktuálnější verze vrátila k původní variantě a v základním, statickém záběru je ve svém základním nastavení složena výhradně z odstínu šedi.

Grafické rozhraní softwaru *Photoshop* je tvořeno několika oddělenými částmi. Horní lišta nabídek je ve verzi CS5 rozdělena na dvě části, levá je obrazová a pravá textová, obě slouží pro snadné volby u nejpoužívanějších akcí. Součástí jsou také funkce *minimalizovat*, *maximalizovat* a *zavřít*, na platformě *Microsoft Windows* standardně umístěvané do pravého horního rohu. Pod touto lištou se nachází horizontální textová lišta nabídek s drop down menu a pod-menu. Součástí horní části GUI je dále proměnlivá lišta s podrobnějšími informacemi, která mění svou nabídku podle voleb. Pro *Photoshop* jako editor s velkým množstvím funkcí a nástrojů je nezbytné vertikální menu tvořené ikonami. Po označení kurzorem jsou ikony vysvětleny textovým komentářem a jejich volby rozšířeny. Součástí rozhraní je také velké množství oken, které lze zcela volně zobrazovat, nebo naopak skrývat, a také s nimi manipulovat. Lišty, okna a volby se v základní nabídce nepřekrývají, jsou odděleny přehledným rámem.

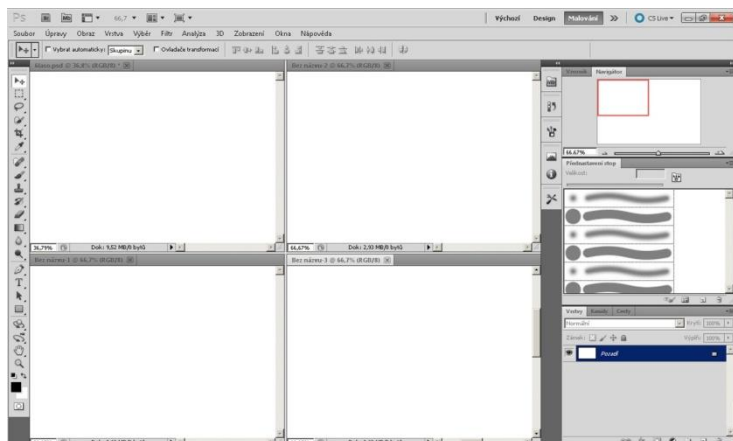
Pokud přistupujeme ke GUI softwaru *Photoshop* jako ke komiksu, pak jej musíme chápat jako celek rozdělený na části ohraničené rámy. V komiksu hovoříme v kontextu rámování o panelech, v GUI mají rámečky různé podoby a funkce, jak bylo nastíněno v kapitole 2.2.3 – vystupují jako okna, panely, nebo lišty. Vypůjčím si pro ně název od Cohna (2007: 37): jednotky pozornosti, tzv. *attention units*, kterými nazývá panely (podrobněji kapitola 1.2.1).

Oproti dalším prvkům lze tyto jednotky rozeznat orámováním, které je nechává vystoupit z pozadí a shlučuje prvky do částí podle určitého pravidla. Těmito jednotkami

pozornosti mohou být jak okna, tak panely, nebo menu. Vždy jsou tenkou linií či širším lemováním odděleny od svého okolí.

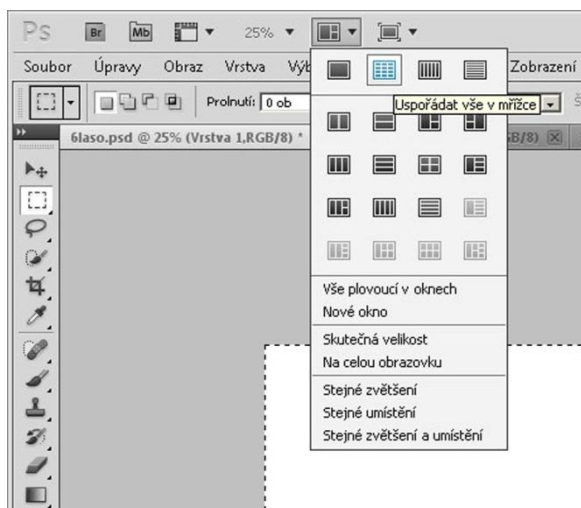
Mezi jednotlivými jednotkami u komiksu i GUI programu *Photoshop* vystupuje pozadí. To je v obou případech dvojí. První, u komiksu bílé, vychází z barvy média – v tomto případě papíru. Jedná se o prostory mezi panely a zároveň jakoby za nimi. U softwaru *Photoshop* má toto pozadí barvu tmavě šedivou. Na něm se pak objevují orámované obdélníky s jednotkami pozornosti. Také přímo v jednotkách pozornosti můžeme hledat pozadí, většinou téže šedé barvy jako pozadí hlavní, ale světlejšího odstínu. Cohn (2007: 37) by tato pozadí považoval za pasivní elementy. Za aktivní prvky, tedy takové, které zachycují děj nebo k němu vedou, bychom pak v případě GUI mohli považovat ikony, nabídky a podnabídky, které vyžadují aktivitu a jsou spouštěči děje. Aktivním elementem by u analyzovaného programu bylo i samotné plátno – bílý obdélník v centru obrazovky, tedy metafora papíru, která vystupuje do popředí a je místem, kde dochází k ději, k vývoji.

Podobnost mezi komiksem a GUI softwarem *Photoshop* nalezneme i v řazení jednotek pozornosti. *Photoshop* využívá uspořádání dlaždicové, překrývající se i kaskádovitě, a nabízí tak velké množství různých variant. Rozmístění na ploše je plně v rukou uživatele, sám si uspořádává plochu i její jednotlivé položky a program si toto rozmístění uchovává. Uživatel tak může vytvořit zcela libovolné rozmístění.



Obr. 30. Možné rozmístění v programu *Photoshop*.

Ve verzi CS5 narazíme také přímo na funkci různého uspořádání. Volby rozmístění do značné míry odpovídají možnostem komiksu, jak bylo nastíněno v kapitole 2.2.3.



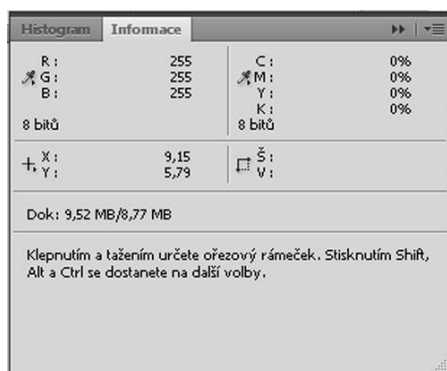
Obr. 31. Volby rozmístění programu *Photoshop*.

Jednotky pozornosti jsou součástí celku, působí jako věty, které dohromady tvoří smysl, text. Jestliže budeme obdobným způsobem přistupovat ke grafickému rozhraní, nalezneme v něm příklady Cohnovy (2007) aktivní panelové reprezentace (podrobněji kapitola 1.2.1). Jako polymorfní reprezentaci, která je v komiksu zachycena jednou a tou samou postavou v několika různých polohách, lze označit panel s funkcí *Navigátor*. Posuvný jezdec v tomto okně mění aktuálně velikost obrázku, jednotka pozornosti ukazuje, kde na ploše se uživatel aktuálně nachází. Její průběžně se proměňující hodnoty vedou k pocitu neustálého pohybu a k zachycení jedné věci ve více polohách.



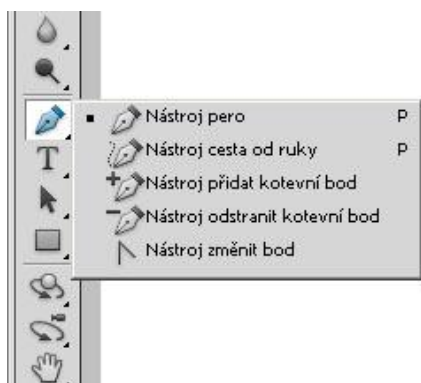
Obr. 32. Ukázka polymorfní reprezentace na funkci *Navigátor* programu *Photoshop*.

Obdobně se chová také okno *Informace*, které neustále ukazuje aktuální pozici kurzoru a vzdálenosti od vytyčených bodů.



Obr. 33. Ukázka polymorfní reprezentace na funkci *Informace* program *Photoshop*.

Cohnova makro reprezentace (2007) pak zachycuje více znaků, v případě komiksu celý děj. Tato jednotka by odpovídala například svislému panelu nástrojů. Reprezentace mono by pak byla výřezem celého děje, stále samostatnou jednotkou, a představovala by ji samostatná ikona. Drobný trojúhelník – šipka – v pravém dolním rohu ikony, který je součástí ikony, ale zároveň odkazuje k další jednotce pozornosti, by odpovídal reprezentaci, kterou Cohn (2007) nazývá mikro.



Obr. 34. Ukázka makro, mono a mikro reprezentace v programu *Photoshop*.

Co se rozmístění týče, je využita koncepce čtení typická pro západní kulturu, tedy zleva doprava. Nejpoužívanější ikony a položky menu jsou umístěny vlevo. Jsou řazeny pravidelně, sekvenčně, se stejnými rozestupy. Zachovávají logičnost dělení a rytmičnost. Převažuje sekvenční řazení v horizontální rovině, stejně jako u komiksu. U zkoumaného softwaru je poměrně silně zastoupeno také sekvenční řazení svislé, jež ani v komiksu není výjimečné.

Nezbytnou součástí programu a jeho komunikace s uživatelem je stále důslednější požadavek na zjednodušování a s tím související hierarchizaci. Hierarchizace je používána především z důvodu přehlednosti, a tedy i zjednodušování. Redukce, která je také výrazným a neopominutelným prvkem vizuálního jazyka komiksu, je zjevná například u horizontálního

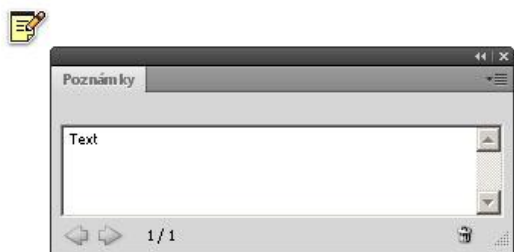
panelu nástrojů. Příkladem může být rozkliknutí kategorie menu *filtr*, volby položky v menu *deformace* a v pod- menu položky *cikcak*.

Záměrem GUI programu *Photoshop* je pracovat co nejvíce s obrazovou reprezentací, která je sdílnější a rychleji čitelná. Většina prvků, které ze šedivého pozadí vystupují, jsou ikony. Jsou taktéž v odstínech šedi, jsou spíše nenápadné. Důvody lze hledat především v komplikovanosti softwaru a v mnohosti jeho funkcí. Převažují ikony metaforické, kterých je obsaženo nespočet. Kromě příkladů, vycházejících z metafory psacího stroje, jako jsou bílý papír, lupa, koš, pero a další, se u analyzovaného softwaru setkáme i s jinými. Metafora malířské palety vychází z reálného míchání barev, ostatně většina ikon v programu *Photoshop* kopíruje reálný vzhled objektů, které programové funkce supluje, nebo připomínají (*Nástroj štětec*, *pero*, *rozostření*, *guma* atd.). Ikony mají komiksový vzhled, jsou zjednodušené a některé jejich části zdůrazněné. Důležitý prvek tvoří obrysová linie, která je dominantní a jejíž měřítko neodpovídá předloze z reálného světa. V porovnání se samotným obsahem obrazu je obrysová linie čitelnější a výraznější.



Obr. 35. Vybrané ikony programu *Photoshop*.

Photoshop jako grafický editor umožňuje uživateli používat značné množství fontů a jejich různé vlastnosti. Kromě samotné práce s textem, která je obdobná práci s grafikou, nabízí software možnost tvořit a vkládat poznámky. Rámečky s textem značně připomínají titulky v komiku. Jsou obdobně rámovány a také mají podobnou funkci. Jedná se o oddělené entity s doplňkovým charakterem, které mají vlastní orámování a jsou většinou nezávislé na panelu.

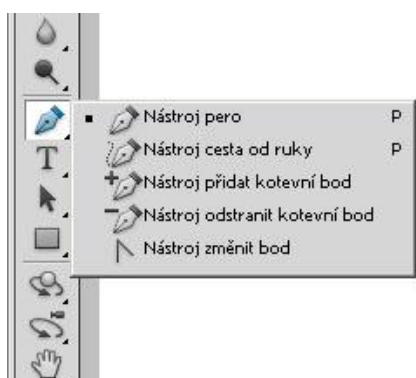


Obr. 36. Oddělené rámování na příkladu funkce *Poznámka* v programu *Photoshop*.

S textem se v programu setkáváme na více úrovních. V některých částech, především v těch s osvětlovací funkcí, jakou je třeba sekce *Help*, text dokonce převládá. Program v celku obraz s textem logicky kombinuje, jejich vztah lze rozebrat podle McCloudovy klasifikace, vystavěné na zkoumání komiksů⁷⁰ (2008: 153 - 155; podrobněji kapitola 1.2).

1. Slovně dominantní kombinace

U GUI tyto kombinace nalezneme například u ikony *Nástroj pero*. Nakreslené pero, doplněné o drobné znaky, má pouze velmi ilustrativní charakter. Slovní popis a vysvětlení je v tomto případě zcela nezbytný.



Obr. 37. Ukázka slovně dominantní kombinace na příkladu ikony *Nástroj pero*.

Na obdobný případ narazíme také u varovných funkcí. Výstražný trojúhelník s vykřičníkem značí, že je něco v nepořádku. Bez textu ovšem není sebevysvětlující.

2. Obrazově dominantní kombinace

Ty nalezneme například v nápisu *Vzorník*, obrázky v této jednotce pozornosti vypovídají jednoznačně, že se jedná o vzorník barev.

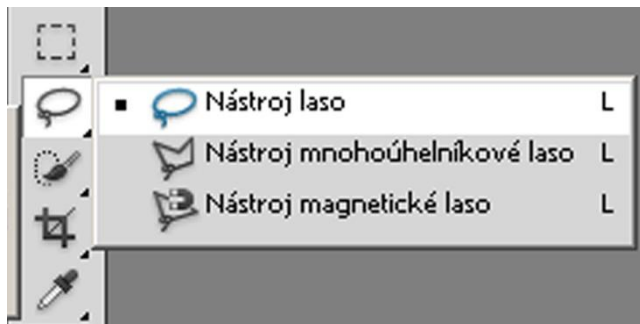


Obr. 38. Ukázka obrazově dominantní kombinace na příkladu *Vzorník*.

⁷⁰ GUI v rámci této kategorizace musíme rozdělit na čistě vizuální část (jakou jsou ikony a vizuální prvky) a text. Pozadí vnímáme jako neutrální prostor.

3. Kombinované panely

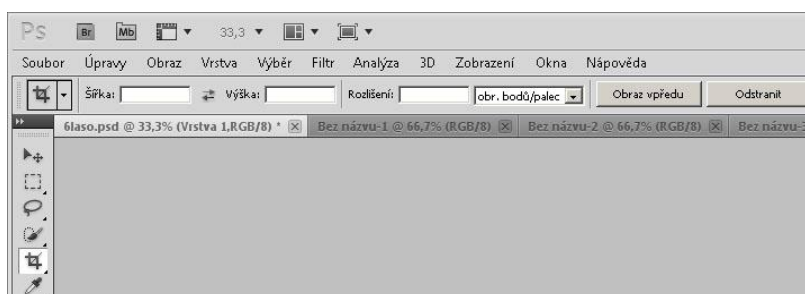
Slova a obrazy poskytují v podstatě stejné sdělení, což je patrné z *Nástroje laso*. Text popisuje totéž, co obrázek znázorňuje, ovšem ani dohromady neosvětlují, co daný nástroj umí.



Obr. 39. Ukázka kombinovaného panelu na příkladu *Nástroj laso*.

4. Aditivní kombinace

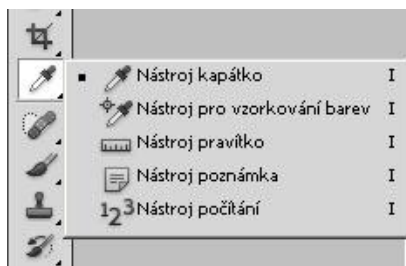
V tomto případě slova rozvíjejí nebo upřesňují obraz, což je zřejmé například z proměny horní lišty po výběru *Nástroje oříznutí*. Obsahuje značné množství informací o této funkci, které se uživateli zobrazí až po výběr tohoto nástroje.



Obr. 40. Ukázka aditivní kombinace na příkladu *Nástroj oříznutí*.

5. Paralelní kombinace

V tomto druhu vztahu jako by obraz a text zastupovaly zcela rozdílné směry bez společného tématu. Příkladem mohou být další volby, které se skrývají pod *Nástrojem kapátka*. Pod touto ikonou jsou umístěny další, jako například *Nástroj pravítko* nebo *Nástroj počítání*, které s obrazem kapátka nemají vůbec nic společného.



Obr. 41. Ukázka paralelní kombinace na příkladu *Nástroj kapátko*.

6. Montáž

V komiksu má montáž podobu integrace slova do částí obrazu, i v něm se ovšem jedná o poměrně vzácný vztah. U GUI softwaru *Photoshop* najdeme integraci písmene do obrazu, ale ne celého slova. Příklad se nachází v rámci *Znaků*, kde písmena tvoří obrazy.



Obr. 42. Ukázka montáže na příkladu skryté nabídky *Znaky*.

7. Vzájemně závislé kombinace

Jako příklad vzájemně závislé kombinace, kdy text a obraz tlumočí myšlenku, která by ovšem nemohla být vyjádřena pouze jedním z nich, může posloužit *Přednastavení stop*. Text v podobě čísel je neodmyslitelnou součástí obrazového ztvárnění štetce. Jeden bez druhého by nebyly úplnou informací.



Obr. 1 Ukázka vzájemně závislé kombinace na příkladu *Přednastavení stop*.

McCloud (2008: 46) také vytyčil vlastnosti, které se díky unikátním výrazovým prostředkům v komiksu objevují. I ty lze vztáhnout na GUI programu *Photoshop*. Namísto realističnosti využívá ikoničnost; místo složitého prosté; objektivního subjektivní a místo konkrétního univerzální.

Shrnutí

GUI softwaru *Photoshop* dokazuje následné spojitosti mezi komiksem a tvorbou rozhraní. Logicky kombinuje text a obraz, podle potřeby převládá jedno, nebo druhé, a nabývají specifických vztahů podle situace. Text samotný může nabývat funkce obrazu a významově se tak pohybuje mezi ikonem, indexem a symbolem.

Vyžadují aktivní účast čtenáře/uživatele, který obsahu dodává smysl na základě vlastní zkušenosti a možnosti myšlení. Orientaci v obou médiích mu usnadňuje zjednodušení a rámování na více úrovních. U rozhraní programu *Photoshop* je zjednodušení poměrně striktní, kvůli množství informací, jež uživateli nabízí, a působí poněkud stroze. Využití uvolněnějších prvků z jazyka komiksu by mohlo software ozvláštnit a práci v něm zpříjemnit. Jednou z variant by bylo využít možnosti řečových bublin. Textová pole nesoucí informace by v této podobě mohla dle mého názoru osvěžit GUI a vnést do něj zajímavý rozměr.

Jednotky pozornosti jsou v prostředí grafického uživatelského rozhraní i komiksu zřetelně a výrazně odlišeny od okolních prvků a pozadí, zároveň zachycují rozdílné druhy reprezentací a podle toho uzpůsobují své vlastnosti. Jednotky pozornosti, které nabývají různých velikostí a množství zahrnujících informací, jsou v GUI řazeny libovolně, ve velkém množství případů připomínají řazení komiksové. Zohledňují tvar média, obrazovky; jejich uspořádání vychází z toho, co se uživateli v jednu chvíli zobrazuje. Menší jednotky pozornosti jsou pak řazeny sekvenčně. Těchto menších celků, kterými jsou například ikony, se týká inspirace komiksovou kresbou. Je pro ni typické zjednodušení, zvýraznění linií a některých částí. Ikony také, stejně jako obrazy komiksu, vycházejí z jazykových tropů a hojně pracují s nejrůznějšími metaforami.

ZÁVĚR

Nová média skrze svá rozhraní formují vnímání světa a zasahují do způsobu komunikace a činnosti lidí. Právě GUI je klíčovým prvkem pro nahlížení do této oblasti. Jako typ kulturního rozhraní (podrobněji kapitola 2.1.3) představuje způsob, jakými lidé zacházejí s kulturními daty. Není nahodilým rozmístěním ikon, menu a tlačítek, ale promyšleným celkem, který přináší komplexní pohled s ucelenou vizí světa a ideologií, která nás, uživatele, chtě nechtě ovlivňuje.

Komiks je součástí naší kultury již více než století a za tu dobu se mu podařilo vybudovat řadu principů a pravidel, které vytvořily gramatiku jeho jazyka. Rozbor vizuálního jazyka vypovídá nejen o komiksu jako takovém, ale také o společnosti, pro kterou je určen. Odkrývá principy, které nám jako čtenářům komiksu připadají zcela samozřejmé, ale musely si svou cestu k povědomí a porozumění čtenářstva najít. S obdobnou situací se musí potýkat také grafické uživatelské rozhraní. Od svého počátku se vyvinulo až do své dnešní podoby, přičemž značně čerpalo z již existujících médií a jejich praktik. Na provázanost kulturního rozhraní s tiskem a filmem poukázal již Lev Manovich (2002). Já jsem se v práci *VIZUÁLNÍ JAZYK KOMIKSU A DESIGN GRAFICKÉHO UŽIVATELSKÉHO ROZHRANÍ* pokusila dokázat provázanost GUI s komiksem, která dosud zůstávala v pozadí zájmu teoretiků.

Na základě zhodnocení těchto médií a jejich základních charakteristik jsem vysledovala několik shodných vlastností. Základním východiskem se stalo to, že obě média jsou hybridními formami. Nejčastěji kombinují obraz a text a nacházejí různé vzájemné vztahy. Komiks mohl být pro GUI inspirující, v praxi dokázal, jak spolu může text a obraz koexistovat. Zároveň poukázal na nesčetné možnosti využití písma a jak je jeho volba důležitá.

Spojitosť mezi komiksem a GUI lze vysledovat také z požadavků kladených na čtenáře a uživatele. Obě média jsou postavena na skrývání jistých informací a na velmi zjednodušené prezentaci. Od cílové skupiny je očekávána poměrně vysoká míra participace, čtenáři i uživatelé musejí k obsahu přistupovat aktivně a značnou část si domýšlet.

Styčný bod lze, dle mého názoru, hledat také v omezeních, která plynou z charakteristik prostředí, pro která jsou určena. Mám na mysli limity dané především velikostí papíru a obrazovky či displeje. Ve zkoumaném prostředí, v GUI programu *Adobe Phostohop*, určuje výsledný vzhled obrazovka stejně jako formát papíru u komiksů. Potýkají se s co nejkomplexnějším uspořádáním v rámci prostoru, který je jim poskytnut. V prostředí

webových stránek a aplikací na přenosných přístrojích se ale stále častěji setkáváme s pohyblivými obrazy, které spíše připomínají filmové postupy.

Společné znaky GUI a komiksu lze hledat také na rovině sémantické, neboť obě tyto entity jsou jazyky a lze v nich nalézt tropy. Fakt, který GUI s komiksem ještě více sblížuje, je ten, že oba vycházejí z tropů vizuálních. Metaforické a metonymické ztvárnění je v jejich prostředích častější než v prostředích jiných médií a jejich existence by bez nich nebyla vůbec myslitelná. Jako doklad tohoto tvrzení může sloužit příklad metafory pracovní plochy.

Společné prvky na rovině obecné a sémantické mne vedly k vytyčení shodných prvků také na rovině vizuální. Na pomezí mezi rovinou základních charakteristik médií a sférou vizuální se pohybuje zjednodušení, které je výchozí technikou rozhraní i komiksu. Obě prostředí se potýkají s nedostatkem prostoru pro vyjádření informací a musí selektovat informace důležité od těch irelevantních. Zjednodušení je u GUI nejpatrnější především na rovině vizuální, kdy se promítá téměř do každého prvku – výstižnými jednoslovnými nápisy, stylizací ikon, odstraněním všech rušivých elementů barevných i obrazových.

GUI stejně jako jazyk komiksu vychází ze sekvenčního řazení jednotlivých prvků. Prvky – v případě komiksu panely, v případě GUI okna, texty v nabídce, ikony – jsou řazeny těsně za sebe a dodržují jednotnou vizuální tvář. Tímto uzpůsobením tvoří větší celky a vzájemně si dodávají významy. Sekvenčnost vychází z fragmentace celku na části, které se v obou analyzovaných médiích výrazně orámovávají. Základní stavební jednotkou komiksu je panel, ale výsledek závisí i na rozložení panelů v horizontálním řádku, stránce i dvoustranně. GUI též pracuje s několika úrovněmi rámování – v rámci celé obrazovky s layoutem, dále s okny a panely a jejich uspořádáním a mnohdy i na úrovni ikon. Ikony jsou možná nejvýznamnějším styčným bodem mezi komiksem a GUI. Vychází ze zjednodušení, schematizace, stereotypizace a kladou důraz na obrysové linie. Zároveň se i u ikon objevuje tendence ke zvýrazňování některých prvků, částí či informací na úkor jiných, což slouží ke snazší orientaci a zapamatování.

Za povšimnutí také stojí možnosti využití textu. V kombinaci s obrazovou složkou nabývá různých vztahů a komiks i GUI jsou toho jasným důkazem.

Platnost těchto uvedených spojitostí jsem se následně snažila dokázat případovou studií. V ní jsem podrobněji analyzovala grafické uživatelské rozhraní softwaru *Photoshop* a aplikovala na něj některé komiksové teorie. Studie potvrdila spojitost mezi GUI a komiksem a odkryla souvislosti, které nejsou na první pohled patrné. Komiks a GUI má rozhodně více společného, než by se zdálo. Oba jsou statickým ztvárněním dynamických forem, pracují se stejnými prvky a mnohdy velmi obdobným způsobem.

Studie tak odkryla vztah uživatelského rozhraní s dalším médiem – komiksem, a přinesla nový pohled na GUI. Komiks je expresivnějším médiem, má obsáhlý slovník prvků, které jsou již ve společenském povědomí, a mohly by tak usnadnit přístup ke GUI. To je ostatně patrné ze snahy designérů o přímou implikaci komiksu do GUI, např. u *SMSComics* a dalších aplikací (podrobněji kapitola 2.1.4). Komiksové obrazy bývají zábavné a atraktivní, a i přesto, že GUI některé jeho prvky využívá, myslím, že je žádoucí, aby s vizuálními prvky komiksu pracovalo komplexněji a rozšířilo jejich množství. Čerpat lze dle mého názoru především z mnohosti významů, kterých může dosahovat různé ztvárnění linie. Do GUI by vnesly více dynamičnosti. Ozvlášťujícím prvkem, který se sice v GUI již vyskytuje, ale mohl by dosáhnout větší četnosti a rozmanitosti, je bublina. V GUI by také mohlo své uplatnění nalézt rozdílné, flexibilnější rámování jednotek pozornosti.

Podrobné studium prvků, které by mohly obohatit GUI, však nebylo cílem této práce. Hypotézy - vizuální jazyk komiksu pracuje s obdobnými vizuálními prvky jako grafické uživatelské rozhraní a GUI z jazyka komiksu vychází – byly potvrzeny. Ambicí práce bylo především nastínit spojitosti mezi vizuálním jazykem komiksu a GUI, dokázat je na konkrétním příkladu a učinit tak první krok pro hojnější zapojení prvků komiksového jazyka při navrhování grafického uživatelského rozhraní.

LITERATURA

Primární

- 1) GOSCINNY, René - UDERZO, Albert. *Asterix a slavný štít*. Překlad Kateřina Vinšová. Praha : EGDMONT ČR, 2001. 48 s. ISBN 80-7186-550-8.
- 2) MILLER, Frank. *Pekelná jízda*. Překlad Dana Krejčová. Praha : Martin Trojan, 2004. 296 s. ISBN 80-86839-00-1.
- 1) Marvel Comics. *Captain Marvel*. 2001. New York : Marvel Comics, 2001, 3, 1. 32 s.

Sekundární

- 2) ADAMOVIČ, Ivan. Nová média, staré obsahy. Rozhovor se Seanem Cubitem. *Živel*. 2003, 22, s. 30-34. Dostupný také z WWW: <<http://www.zivel.cz/index.php?content=article&id=392>>. ISSN 1212-5644.
- 3) ALASTAIR, Dabbs - ALASTAIR, Cambell. *The Digital Designer's Bible: The Ultimate Route Map to Stressfree Best Working Practice for Print and Web Designers*. 1. ed. UK : ILEX Press, 2004. 256 s. ISBN 1-904705-27-8.
- 4) BARKER, Martin. *Comics : Ideology, Power & the Critics*. 1. ed. Manchester: Manchester University Press, 1989. 320 s. ISBN: 0-7190-2588-3.
- 5) BARRY, Ann Marie. *Visual intelligence : Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication*. Boston : SUNY Press, 1997. 425 s. ISBN 0791434362.
- 6) BARTHES, Roland. *Mytologie*. Překlad Fulka Josef. Praha : Dokořán, 2004. 170 s. ISBN 80-86569-73-X.
- 7) BATTESTINI, A. - SETLUR, V. Using Comics as a Visual Metaphor for Enriching SMS Messages with Contextual and Social Media. In *MobileHCI '09*. Bonn : ACM, 2009. ISBN: 978-1-60558-281-8.
- 8) BLACKBEARD, Bill. Mislabeled books. In *Funny World*, č. 16. Michigan 1976. s. 40-41.
- 9) BLÁHA, Ondřej. *Poetika komiksu*. Brno, 2009. 116 s. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/85479/ff_m_b1/>.
- 10) BOTLER, J. – GRUSIN, R. *Remediation: Understanding New Media*. 1. ed. London: MIT Press, 2000. 307 s. ISBN 978-0262522793.
- 11) BUXTON, William - BUXTON, Bill. *Sketching User Experiences : Getting The Design Right and the Right Design*. San Francisco : Morgan Kaufman Publishers. 2007. 443 s. ISBN 978-0-12-374037-3.
- 12) CARRIER, David: *The Aesthetics of Comics*. Pennsylvania : The Pennsylvania State University Press University Park , 2000. 139 s. ISBN 0-271-01962-X.

- 13) COHN, Neil. *Early Writings on Visual Language*. Michigan : Emaki Productins, 2003. 120s. ISBN 978-0-615-19346-5.
- 14) COHN, Neil. *Emaki Productions* [online]. c2007 [cit. 2011-08-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.emaki.net/index.html>>.
- 15) CUBITT, Sean. *Digital Aesthetics*. London : Sage Publications, 1998. 192 s. ISBN 0761958991.
- 16) ČERNÝ, Jiří – HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. 1. vyd. Praha : Portál, 2004. 362 s. ISBN 80-7178-832-5.
- 17) DEWDNEY, Andrew - RIDE, Peter. *The New Media Handbook*. 1. ed. New York : Routledge, 2006. 329 s., ISBN 0-415-30711-2.
- 18) ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Překlad Zdeněk Frybort. Praha : Argo, 2006. 372 s. ISBN 80-7203-706-4.
- 19) EISNER, Will: *Comics & Sequential Art*. Florida : Poorhouse Press, 1985. 158 s. ISBN 0-9614728-0-4.
- 20) EISNER, Will: *Graphic Storytelling and Visual Narrative: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist*. 1. ed. New York : W. W. Norton & Company, 2008. 169 s. ISBN 978-0-393-33127-1.
- 21) FORCEVILLE, Charles. *A Course in a variety of topics relevant to semiotics* [online]. 2007 [cit. 2011-08-10]. Semiotics Institute Online. Dostupné z WWW: <<http://semioticon.com/sio/courses/pictorial-multimodal-metaphor>>.
- 22) FORCEVILLE, Charles – VEALE, Tony – FEYAERTS, Kurt. Balloonics : The visuals of balloons in comics. In. GOGGIN, Joyce - HASSLER-FOREST, Dan (eds.), *Out of the Gutter*. Jefferson NC: McFarland. 2010. s. 56-73. ISBN 9780786442942.
- 23) GALITZ, Wilbert O. *The Essential Guide to User Interface Design : An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. 3. ed. Indianapolis : John Wiley, 2007. 888 s. ISBN 0470053429.
- 24) GROENSTEEN, Thierry. *Stavba komiksu*. Překlad Barbora Antonová. 1. vyd. Brno : Host, 2005. 220s. , ISBN 80-7294-141-0.
- 25) HEER, Jeet - WORCHESTER, Kent (ed). *A Comics Studies Reader*. 1. ed. Jackson : University Press of Mississippi, 2009. 380 s. ISBN 9781604731088.
- 26) HONEYWILL, Paul. *Visual Language for the World Wide Web*. 1. ed. Bristol : Intellect Books, 1999. 192 s. ISBN 187151696X.
- 27) HORN, Maurice (ed.). *The World Encyclopedia of Comics*. 2. ed. Philadelphia : Chelsea House Publ., 1999. 1061 s. ISBN 079104856X.

- 28) HORN, Robert E. *Visual language : Global Communication for the 21st Century*. Washington : Macro VU, 1998. 270 s. ISBN 189263709X.
- 29) INGE, M. Thomas. *Comics as Culture*. Jackson : University Press of Mississippi, 1990. 177 s. ISBN 0878054073.
- 30) JOHNSON, Jeff. *GUI Bloopers : Don'ts and Do's for Software Developers and Web Designers*. San Francisco : Morgan Kauffman Publishers, 2000. 561 s. ISBN 1-55860-582-7.
- 31) JOHNSON, Steven. *Interface Culture : How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate*. 1. ed. San Francisco : Harper, 1997. 264 s. ISBN 0062514822.
- 32) KADANĚ, Lubomír. *Komiks : od definice ke specifickému charakteru události příběhu*. Praha, 2002. 63 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.
- 33) KINDBORG, Mikael. Comics, Programming, Children, and Narratives. In Proc. *Interaction Design and Children*. Eindhoven, Aug. 28 – 29. 2002.
- 34) KINDBORG, Mikeal - McGEE, Kevin. *Comic Strip Programs: Beyond Graphical Rewrite Rules*. In Proc. DMS. 2005. S. 327 – 332. Dostupné z WWW <<http://www.ida.liu.se/~kevmc/pubs/kindborg-comic-strip.pdf>>.
- 35) KOŘÍNEK, Pavel. *Narativní aspekty komiksu*. Praha, 2006. 126 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.
- 36) KOVECSES, Zoltán. *Metaphor and Emotion*. Cambridge : University Press, 2000.
- 37) KOVECSES, Zoltán. *Metaphors of Anger, Pride, and Love : A Lexical Approach to the Structure of Concepts*. Amsterdam : John Benjamins, 1986. 147 s. ISBN 90-272-2558-3.
- 38) KRESS, Gunther - LEEUWEN, Theo van. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. New York : Routledge, 2006. 296 s. ISBN 0415319153.
- 39) KUKKONEN, Karin. Beyond Language : Metaphor and Metonymy in Comics Storytelling. *English Language Notes* 46, 2. 2008. s. 89 – 98. Dostupné na WWW <ftp://124.42.15.59/ck/2011-01/165/073/773/001/BEYOND%20LANGUAGE_%20METAPHOR%20AND%20METONYMY%20IN%20COMICS%20STORYTELLING.pdf>.
- 40) KUNZLE, David. *The Early Comics Strip: Narrative Strips and Picture Stories in the European Broadsheet from c. 1450 to 1925*, sv. 1, Berkley : University of California Press, 1973. 471 s. ISBN 978-0520018655.
- 41) KURLANDER, D. - SKELLY, T. - SALESIN, D. Comic chat. In *SIGGRAPH '96: Proceedings of the 23rd Annual conference on Computer graphics and interactive techniques*. New York : ACM, 1996. s. 225 – 236.

- 42) LEEUWEN, Theo Van, JEWITT, Carey, ed. *The Handbook of Visual Analysis*. 4. ed. London : Sage Publications, 2004. 224 s. ISBN 0761964770.
- 43) MANOVICH, Lev. *Avant-garde as Software* [online]. c1999 [cit. 2011-08-07]. Dostupný z WWW: < www.manovich.net/DOCS/avantgarde_as_software.doc >.
- 44) MANOVICH, Lev. *Cinema as a Cultural Interface* [online]. C1997 [cit. 2011-08-07]. Dostupný z WWW: < <http://www.manovich.net/TEXT/cinema-cultural.html> >.
- 45) MANOVICH, Lev. *New Media from Borges to HTML*. In Wardrip-Fruin, N., Montfort, N. *The New Media Reader*. London : MIT Press, 2002a. Dostupné z WWW <<http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>>.
- 46) MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. 1. ed. Cambridge : MIT Press, 2002b. 394 s. Dostupné z WWW <<http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>>. ISBN 0-262-63255-1.
- 47) McCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Překlad Richard Podaný. 1. vyd. Brno: BB/art s.r.o., 2008. 216 s. ISBN 978-80-7381-419-9.
- 48) McCLOUD, Scott. *Making Comics : Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*. 1st ed. [s.l.] : HarperCollins, 2006. 272 s. ISBN 0060780940.
- 49) McCLOUD, Scott. *Reinventing Comics : How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*. London : Harper Paperbacks, 2000. 256 s. ISBN 0060953500.
- 50) McKENZIE, Alan. *How to Draw and Sell Comic Strips... For Newspaper and Comic Book!* London : Quarto Publishing, 1988. 143 s. ISBN 0-356-13879-8.
- 51) McLUHAN, Herbert Marshall. *Jak rozumět médiím : Extenze člověka*. 1. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha: Odeon, 1991. 349 s. ISBN 80-207-0296-2.
- 52) McLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: Výbor z díla*. Překlad Irena Příbylová, Martin Krejza. 1. vyd. Brno: Jota, 2000. 424 s. ISBN 80-7217-128-6.
- 53) POSPISZYL, Tomáš. Vzpoura mozků. Komiks a ideologie dvacátého století. In FILIPOVÁ, Marta - RAMPLEY, Matthew. *Možnosti vizuálních studií : Obrazy - texty - interpretace*. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2007. s. 135-154. ISBN 9788087029268.
- 54) PROKŮPEK, Tomáš. Dospívání komiksu. *Tamto : Subjektivní kulturní revue* [online]. 2000 [cit. 2011-08-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.tamto.cz/trendy-smyslne-i-nesmyslne/dospivani-komiksu/>>.
- 55) REIFOVÁ, Irena (ed.). *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

- 56) ROGERS, Yvonne. Icons at the Interface: Their Usefulness. *Interacting with Computers* 1, UK : Milton Keynes. 1989. s. 105-117.
- 57) SALOVAARA, A. Appropriation of a mms-based comic creator: from system functionalities to resources for action. In *CHI '07: Proceeding of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*. New York : ACM, 2007. s. 1117-1126.
- 58) SARACENI, Mario. *The Language of Comics*. 1. ed. New York : Routledge, 2003. 110 s. ISBN 0415286700.
- 59) SUMI, Y. - SAKAMOTO, R. a kol. Comicdiary : Representing individual experiences in a comic style. In *UbiComp '02: Proceedings of the 4th international conference on Ubiquitous Computing*, s. 16-32. London : Springer – Verlag, 2002.
- 60) SZABÓ, Katalin. *Metaphors and the user interface* [online]. 1995. [cit. 2011-6-7]. Dostupné z WWW <<http://www.katalinszabo.com/metaphor.htm>>.
- 61) SZCZEPANIK, Petr. Videoklip - proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I. *Biograph. Magazín pro film a nová média*. 1998, 5, s. 20-38.
- 62) TIDWELL, Jenifer. *Designing interfaces : Patterns for Effective Interaction Design*. 1. ed. Sebastopol : O'Reilly, 2006. 331 s. ISBN 0-596-00803.
- 63) WARDRIP-FRUIN, Noah – MONTFORT, Nick. *The New Media Reader*. London : MIT Press. 2003. 802 s. ISBN 0-262-23227-8.
- 64) WRIGHT, Terence. *Visual Impact : Culture and the Meaning of Images*. New York : Berg 2008. 1. ed. 193 s. ISBN: 978-1-85973-437-5.

SEZNAM ILUSTRACÍ

Obr. 1. Ukázka polymorfního zobrazení (Gosciny – Uderzo, 2001: 8).	17
Obr. 2. Příklad makro zobrazení (Marvel Comics, 2001: 19).	18
Obr. 3. Ukázka zobrazení mono (Marvel Comics, 2001: 24).	18
Obr. 4. Obrázek ilustrující zobrazení mikro (Miller, 2004: 165).	18
Obr. 5. Vyobrazení amorfické (Miller, 2004: 285).	19
Obr. 6. Zjednodušení vede k univerzalitě (McCloud, 2008: 30).	20
Obr. 7. Linie značící pohyb, další vyjadřující pocity. (Gosciny – Uderzo, 2001: 5).	21
Obr. 8. Příklad různorodosti obsahu bublin (Gosciny - Uderzo, 2001: 26).	22
Obr. 9. Změna tvaru bubliny jako označení události v minulosti (Gosciny - Uderzo, 2001: 37).	23
Obr. 10. Významnost sdělení je vyjádřena velikostí písma, jeho tučností, a také samotnou bublinou, které přesahuje obrys panelu (Gosciny - Uderzo, 2001: 9).	24
Obr. 11. Ukázka vyobrazení záznamu času na hustotě deště (Miller, 2004: 65).	26
Obr. 12. Ukázka tematického přechodu mezi panely (Miller, 2004: 46).	26
Obr. 13. Přechod od chvíle ke chvíli (Miller, 2004: 288)	27
Obr. 14. Přechod od akce k akci (Marvel Comics, 2001: 12).	28
Obr. 15. Přechod od subjektu k subjektu (Marvel Comics, 2001: 9).	28
Obr. 16. Přechod od scény ke scéně (Gosciny - Uderzo, 2001: 48).	28
Obr. 17. Přechod od aspektu k aspektu (Gosciny - Uderzo, 2001: 35) zachycuje více pohledů na jedno situaci nebo emoci.	29
Obr. 18. Přechod nelogický (Miller, 2004: 30).	29
Obr. 19. Uspořádání, vycházející z možností a omezení jedné strany (Gosciny – Uderzo, 2001: 42).	31
Obr. 20. Ukázka rozložení na dvoustránce (Miller, 2004: 178-179).	31
Obr. 21. Ukázka vizualizace používané v aplikaci <i>SMSComics</i> .	41
Obr. 22. Schéma používané u aplikace <i>SMSComics</i> .	41
Obr. 23. Ikona odpadkového koše.	47
Obr. 24. Metonymie v grafickém uživatelském rozhraní na příkladu programu <i>Photoshop</i> .	48
Obr. 25. Dlaždicový styl v GUI (Galitz, 2002: 349) a jeho obdoba v komiksu (Marvel Comics, 2001: 2).	52
Obr. 26. Styl překrývání v GUI (Galitz, 2002: 350) a jeho obdoba v komiksu (Miller, 2004: 133).	53
Obr. 27. Kaskádovitý styl v GUI (Galitz, 2002: 351) a jeho obdoba v komiksu (Miller, 2004: 71).	53
Obr. 28. <i>Photoshop</i> verze 1.0.	60
Obr. 29. <i>Photoshop CS5</i> .	60
Obr. 30. Možné rozmístění v programu <i>Photoshop</i> .	62
Obr. 31. Volby rozmístění programu <i>Photoshop</i> .	63
Obr. 32. Ukázka polymorfní reprezentace na funkci <i>Navigátor</i> programu <i>Photoshop</i> .	63
Obr. 33. Ukázka polymorfní reprezentace na funkci <i>Informace</i> programu <i>Photoshop</i> .	64
Obr. 34. Ukázka makro, mono a mikro reprezentace v programu <i>Photoshop</i> .	64
Obr. 35. Vybrané ikony programu <i>Photoshop</i> .	65

Obr. 36. Oddělené rámování na příkladu funkce <i>Poznámka</i> v programu <i>Photoshop</i>	65
Obr. 37. Ukázka slovně dominantní kombinace na příkladu ikony <i>Nástroj pero</i>	66
Obr. 38. Ukázka obrazově dominantní kombinace na příkladu <i>Vzorník</i>	66
Obr. 39. Ukázka kombinovaného panelu na příkladu <i>Nástroj laso</i>	67
Obr. 40. Ukázka aditivní kombinace na příkladu <i>Nástroj oříznutí</i>	67
Obr. 41. Ukázka paralelní kombinace na příkladu <i>Nástroj kapátko</i>	68
Obr. 42. Ukázka montáže na příkladu skryté nabídky <i>Znaky</i>	68